



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

Bollettino

Settimanale

Anno XXXI - n. 20

**Publicato sul sito www.agcm.it
17 maggio 2021**

SOMMARIO

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE	5
A529 - GOOGLE/COMPATIBILITÀ APP ENEL X ITALIA CON SISTEMA ANDROID AUTO	
<i>Provvedimento n. 29645</i>	5
OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE	127
C12358 - CELLNEX ITALIA/CK HUTCHISON NETWORKS ITALIA	
<i>Provvedimento n. 29646</i>	127
ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA	129
AS1743 - ACQUALATINA/BANDO DI GARA PER RECAPITO DELLE FATTURE DEL SERVIZIO	
IDRICO INTEGRATO	129
AS1744 - REGIONE SARDEGNA - CONTRIBUTI PER ORGANISMI OPERANTI NEI SETTORI CINEMA	
E AUDIOVISIVO	132
AS1745 - ATEM DI RIMINI - BANDO DI GARA PER L'AFFIDAMENTO IN CONCESSIONE DEL	
SERVIZIO DI DISTRIBUZIONE DEL GAS NATURALE	136
AS1746 - COMUNE DI FOLLONICA (GR) - PROROGA DELLE CONCESSIONI DEMANIALI	
MARITTIME CON FINALITÀ TURISTICO-RICREATIVE	140
AS1747 - UNIONCAMERE - ESERCIZIO DELL'ATTIVITÀ DI INTERMEDIAZIONE IMMOBILIARE	144
PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE	147
PS11149 - DROPBOX	
<i>Provvedimento n. 29649</i>	147
VARIE	155
CONTO CONSUNTIVO PER L'ESERCIZIO 2020	
<i>Provvedimento n. 29628</i>	155

INTESE E ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE

A529 - GOOGLE/COMPATIBILITÀ APP ENEL X ITALIA CON SISTEMA ANDROID AUTO

Provvedimento n. 29645

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 27 aprile 2021;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTO l'articolo 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

VISTO il Regolamento (CE) n. 1/2003 del Consiglio del 16 dicembre 2002;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la propria delibera adottata in data 8 maggio 2019 con cui è stata avviata un'istruttoria ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti delle società Alphabet Inc., Google LLC e Google Italy S.r.l. (di seguito, congiuntamente Google), per accertare l'esistenza di possibili violazioni dell'articolo 102 TFUE;

VISTA la propria delibera adottata in data 29 aprile 2020 con cui il termine di chiusura del procedimento è stato prorogato al 30 maggio 2021;

VISTA la propria delibera adottata in data 1° luglio 2020 con cui il termine di chiusura del procedimento è stato anticipato al 31 marzo 2021;

VISTA la propria delibera adottata in data 23 febbraio 2021 con cui il termine di chiusura del procedimento è stato prorogato al 30 aprile 2021;

VISTA la Comunicazione delle Risultanze Istruttorie, inviata alle Parti in data 11 febbraio 2021;

VISTE la memoria presentata da Alphabet Inc., Google LLC e Google Italy S.r.l. in data 24 marzo 2021;

SENTITI in audizione finale, in data 29 marzo 2021, i rappresentanti delle società Alphabet Inc., Google LLC, Google Italy S.r.l. e Enel X Italia S.r.l., che ne avevano fatto richiesta;

VISTI gli atti del procedimento e la documentazione acquisita nel corso dell'istruttoria;

CONSIDERATO quanto segue;

I. LE PARTI

1. Google LLC è una società multinazionale che offre un'ampia gamma di prodotti e servizi connessi a *Internet* che comprendono tecnologie per la pubblicità *online*, strumenti di ricerca, *cloud computing*, *software* e *hardware*.

Google LLC è interamente posseduta e controllata da Alphabet Inc. (Alphabet) e rappresenta di gran lunga il suo principale *asset*, posto che il fatturato derivante dalle attività diverse da quelle riconducibili a Google LLC (nel complesso indicate come “*other bets*”) risulta assolutamente marginale in rapporto al fatturato consolidato di Alphabet¹. Google LLC è presente in Italia tramite la controllata Google Italy S.r.l. (Google Italy). Nel seguito del presente provvedimento il termine Google si riferirà all’insieme delle società sopra indicate.

2. Google LLC è la *holding* cui fanno capo tutti principali prodotti (con l’esclusione delle attività indicate come “*other bets*”) e, in particolare, per quanto qui di interesse, Android, Android Auto, Google Play e Google Maps. Android è il sistema operativo per *smartphone* e *tablet*, intorno al quale Google LLC ha costruito un ecosistema che comprende (tra l’altro) l’app *store* Google Play e la piattaforma Android Auto, che consente la visualizzazione sullo schermo dell’auto e l’utilizzo tramite i comandi dell’auto (volante, *display*, manopole) e comandi vocali (mediante l’assistente virtuale Google Assistant) di alcune *app*, in aggiunta alle funzioni di chiamata e messaggi. Inoltre, Google ha sviluppato, e continua a sviluppare, Google Maps, che rende disponibili non solo informazioni statiche sui luoghi (mappe) e indicazioni su come raggiungere destinazioni di interesse e/o punti di interesse (*point of interest*, quali esercizi commerciali e utilità presenti in una data area), ma anche informazioni e funzionalità rilevanti per la fruizione dei servizi offerti nelle suddette destinazioni e/o punti di interesse.

3. Alphabet è un gruppo che ha una rilevante forza finanziaria come dimostrato dal livello e dall’andamento crescente del fatturato e dell’utile². Nel 2017 Alphabet ha realizzato un fatturato consolidato di 110,9 miliardi di dollari (circa 98,3 miliardi di euro) e un utile di 12,7 miliardi di dollari (circa 11,2 miliardi di euro)³. Nel 2018 il fatturato consolidato è salito a 136,8 miliardi di dollari (circa 116 miliardi di euro) e l’utile a 30,7 miliardi di dollari (circa 26,1 miliardi di euro)⁴. Nel 2019 il fatturato consolidato è ulteriormente salito raggiungendo il valore di 161,9 miliardi di dollari (circa 144,6 miliardi di euro) e l’utile è cresciuto fino a 34,3 miliardi di dollari (circa 30,7 miliardi di euro)⁵. Nel 2020 il fatturato consolidato ha raggiunto il valore di 182,6 miliardi di dollari (circa 160 miliardi di euro) e l’utile il valore di 40,3 miliardi di dollari (circa 35,3 miliardi di euro)⁶.

4. Il Gruppo Enel (di seguito, anche solo Enel), al cui vertice si trova la società Enel S.p.A., è attivo a livello mondiale principalmente nel settore dell’energia elettrica. Enel opera nella mobilità elettrica tramite le controllate Enel X Italia S.r.l. (Enel X Italia), che svolge l’attività di fornitore ai clienti finali di servizi per mobilità elettrica, cd. *Mobility Service Provider* (MSP), e Enel X Mobility

¹ Oltre il 99% del fatturato consolidato di Alphabet deriva da Google (si vedano Annual Report di Alphabet del 2019 e del 2020, disponibili sul sito *internet* della società).

² Si veda Annual Report di Alphabet del 2019 (disponibile sul sito *internet* della società).

³ Nel 2017 il tasso di cambio medio dollaro/euro è stato pari a 0,8840.

⁴ Nel 2018 il tasso di cambio medio dollaro/euro è stato pari a 0,8476.

⁵ Nel 2019 il tasso di cambio medio dollaro/euro è stato pari a 0,8934.

⁶ Nel 2020 il tasso di cambio medio dollaro/euro è stato pari a 0,8768.

S.r.l., che svolge l'attività di gestore operatore di punti di ricarica, cd. *Charging Point Operator* (CPO).

5. Enel X Italia ha sviluppato l'app JuicePass (già denominata Enel X Recharge), che offre diverse funzionalità afferenti alla ricarica dei veicoli elettrici, *Battery Electric Vehicle* (BEV) e *Plug-in Hybrid Electric Vehicle* (PHEV). La app JuicePass è disponibile da maggio 2018 sull'app store di Google (Google Play). La app in questione non è tuttora disponibile su Android Auto.

II. L'ATTIVITÀ ISTRUTTORIA

6. Il procedimento istruttorio è stato avviato in data 8 maggio 2019 nei confronti di Alphabet, Google LLC e Google Italy, a seguito del ricevimento di una segnalazione di Enel X Italia, pervenuta in data 12 febbraio 2019 e successivamente integrata, da ultimo in data 24 aprile 2019⁷. Nella sostanza, Enel X Italia lamentava che Google non consentisse la pubblicazione di una versione della app JuicePass (già Enel X Recharge) compatibile con Android Auto.

7. Il provvedimento di avvio dell'istruttoria è stato notificato a Enel e a Google Italy in data 16 maggio 2019. In pari data sono state svolte ispezioni presso le sedi di Milano e di Roma della medesima Google Italy.

8. Il provvedimento di avvio è stato notificato a Alphabet e Google LLC in data 27 settembre 2019, per entrambe le società presso la sede principale di Google⁸. In precedenza non era andata a buon fine la notifica presso la sede legale di Alphabet e Google LLC ricavabile dalle informazioni pubbliche⁹.

9. Le comunicazioni di elezione di domicilio in Italia per conto di Google LLC e Alphabet sono state trasmesse rispettivamente in data 31 ottobre 2019 e 15 novembre 2019¹⁰.

10. In data 17 luglio 2019 è pervenuta la richiesta di Google Italy di proroga del termine per la presentazione di impegni ai sensi dell'art. 14-ter della legge n. 287/90¹¹, termine che sarebbe scaduto il 16 agosto 2019. Tale richiesta di fondava, tra l'altro, sulla necessità di svolgere approfondimenti che avrebbero coinvolto diverse funzioni aziendali del gruppo di appartenenza. L'accoglimento dell'istanza e la fissazione di un nuovo termine per la presentazione di impegni (31 ottobre 2019) sono stati comunicati a Google Italy in data 2 agosto 2019¹².

⁷ Si vedano documenti DC1, DC3, DC4, DC5, DC6 e DC7.

⁸ Si veda doc. n. 40. La sede principale di Google è sita in 1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA 94043. La notifica è avvenuta con la collaborazione del Consolato Generale d'Italia in San Francisco.

⁹ Dal sito di Alphabet (abc.xyz), e in particolare dal Certificate of Incorporation di Alphabet ivi disponibile, risulta che la sede legale di Alphabet e di Google LLC è sita in 2711 Centerville Road, Suite 400, City of Wilmington, County of New Castle, Delaware 19808.

In data 6 giugno 2019 era stata richiesta la collaborazione del Consolato Generale d'Italia in Filadelfia per la notifica (si vedano documenti n. 28 e 29) il quale ha comunicato il mancato recapito degli atti in data 22 luglio 2019 (si veda doc. n. 30).

¹⁰ Si vedano documenti n. 51 e 55. Peraltro, dalle procure speciali emerge come la sede legale di Alphabet e Google LLC sia diversa da quella desumibile dalle informazioni pubbliche risultando essere: 251 Little Falls Drive, Wilmington, DE 19808 (United States).

¹¹ Si veda doc. n. 20.

¹² Si veda doc. n. 30.

11. In data 25 ottobre 2019 è pervenuta da parte di Google Italy una seconda istanza di proroga del termine per la presentazione di impegni¹³. L'accoglimento di tale istanza è stato comunicato a Google Italy in data 30 ottobre 2019¹⁴; il termine ultimo per la presentazione è stato fissato al 30 novembre 2019.

12. In data 29 novembre 2019 è pervenuta la versione definitiva del formulario per la presentazione di impegni da parte di Google¹⁵. Tale versione è stata preceduta da due bozze trasmesse in data 24 ottobre 2019¹⁶ e 12 novembre 2019¹⁷.

13. In data 7 febbraio 2020 è stata notificata ad Alphabet, Google LLC e Google Italy la delibera di rigetto degli impegni presentati ai sensi dell'art. 14-*ter* della legge n. 287/90¹⁸. La decisione si fonda sull'interesse a procedere all'accertamento dell'infrazione ipotizzata in sede di avvio.

14. In data 14 febbraio 2020 è pervenuta un'istanza da parte di Google di fissazione di un termine *“per la presentazione di una versione della Proposta di Impegni integrata con le modifiche accessorie necessarie al fine di tenere conto delle osservazioni formulate da codesta Spettabile Autorità sulla base della posizione del reclamante”*¹⁹. L'istanza è stata rigettata in quanto le osservazioni ivi contenute sono state considerate *“inconferenti rispetto a quanto già deciso”*; la relativa decisione è stata comunicata a Google in data 28 febbraio 2020²⁰.

15. In data 20 febbraio 2020 è pervenuta l'istanza di Enel X Italia di adozione di misure cautelari ai sensi dell'art. 14-*bis* della legge n. 287/90²¹, integrata in data 17 aprile 2020²². L'istanza è stata rigettata e la relativa decisione comunicata a Enel X Italia in data 7 maggio 2020²³.

16. Nel corso del procedimento le parti hanno esercitato a più riprese il diritto di accesso agli atti²⁴. Google Italy ha altresì esercitato il diritto di essere sentita in audizione²⁵ e ha presentato una

¹³ Si veda doc. n. 48.

¹⁴ Si veda doc. n. 50.

¹⁵ Si veda doc. n. 61.

¹⁶ Si veda doc. n. 46.

¹⁷ Si veda doc. n. 52.

¹⁸ Si vedano documenti n. 69,70 e 71.

¹⁹ Si veda doc. n. 72.

²⁰ Si veda doc. n. 74.

²¹ Si veda doc. n. 73.

²² Si veda doc. n. 81.

²³ Si veda doc. n. 82. L'Autorità ha, in particolare, rilevato che Google non appariva *“in procinto di offrire agli utenti dei propri servizi di mobilità funzioni ulteriori rispetto a quelle già disponibili”*.

²⁴ Google ha effettuato accessi agli atti in data 14 giugno 2019 (doc. n. 8), 24 ottobre 2019 (accesso informale, doc. n. 47), 13 gennaio 2020 (accesso informale, doc. n. 67), 27 maggio 2020 (doc. n. 89), 5 agosto 2020 (doc. n. 136), 9 ottobre 2020 (doc. n. 165) e 28 dicembre 2020 (doc. n. 174).

Enel X Italia ha effettuato accessi agli atti in data 1° luglio 2019 (doc. n. 15), 31 luglio 2019 (doc. n. 27), 8 agosto 2019 (accesso informale, doc. n. 35), 12 settembre 2019 (doc. n. 38), 21 novembre 2019 (doc. n. 57), 27 novembre 2019 (accesso informale, doc. n. 59) 2 dicembre 2019 (accesso informale, doc. n. 62), 23 luglio 2020 (doc. n.127), 22 ottobre 2020 (doc. n. 168) e in data 25 marzo 2021.

²⁵ L'istanza di essere sentita in audizione è stata trasmessa in data 24 giugno 2019 (doc. n. 8). La relativa audizione si è svolta in data 16 luglio 2019 (doc. n. 23).

memoria difensiva²⁶. Enel X Italia ha trasmesso nel corso del procedimento informazioni relative all'istruttoria²⁷.

17. Enel X Italia e Google sono state destinatarie di diverse richieste di informazioni²⁸ e sono state sentite in audizione²⁹.

18. Richieste di informazioni sono state inviate anche a soggetti terzi e, segnatamente, allo sviluppatore e al licenziatario di una *app* che aggrega emittenti radiofoniche (Radioplayer)³⁰ e ai gruppi automobilistici costruttori di quattro tra i principali modelli elettrici venduti in Italia (Renault Zoe, Smart Fortwo, Volkswagen Up e Peugeot 208)³¹, nonché a FCA che ha un legame storico con il mercato italiano e ha di recente lanciato modelli elettrici³². I gruppi Renault (marchi Renault e Dacia), Mercedes-Benz (marchi Mercedes e Smart), Volkswagen (marchi Volkswagen, Audi, Skoda e Seat), PSA (marchi Peugeot, Citroen, Opel e DS) e FCA (marchi FIAT, Jeep, Dodge, Lancia, Chrysler, Alfa Romeo e Maserati) rappresentano il 70% circa delle immatricolazioni in Italia³³.

19. La Comunicazione delle Risultanze Istruttorie (CRI) è stata inviata alle parti in data 11 febbraio 2021 e contestualmente è stato comunicato il termine infra-procedimentale di conclusione della fase di acquisizione di elementi probatori. Successivamente all'invio della CRI, Google e Enel X Italia hanno esercitato il diritto di accesso agli atti, rispettivamente in data 12 febbraio e 15 febbraio 2021.

²⁶ La memoria difensiva di Google Italy è pervenuta in data 13 agosto 2019 (doc. n. 36).

²⁷ Si vedano doc. n. 49 (comunicazione di Enel X Italia del 30 ottobre 2019), doc. n. 169 (nota di aggiornamento di Enel X Italia del 12 novembre 2020), doc. n. 173 (nota di aggiornamento di Enel X Italia del 18 dicembre 2020) e doc. n. 183 (nota di aggiornamento di Enel X Italia del 29 gennaio 2021).

²⁸ Richieste di informazioni a Enel X Italia sono state formulate nel corso dell'audizione del 10 ottobre 2019 (risposta del 22 ottobre 2019, doc. n. 44), in data 6 marzo 2020 (nelle more della valutazione dell'istanza di adozione di misure cautelari, risposta del 16 marzo 2020, doc. n. 80), in data 4 giugno 2020 (risposta del 19 giugno 2020, doc. n. 95) e in data 15 settembre 2020 (risposta del 25 settembre 2020, doc. n. 157).

Richieste di informazioni sono state formulate a Google nel corso dell'audizione di Google Italy del 16 luglio 2019 (risposta del 30 luglio 2019, doc. n. 25), nel corso dell'audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019 (nelle more della valutazione della proposta di impegni, risposta del 27 novembre 2019, doc. n. 60) e in data 4 giugno 2020 (risposte del 17 e 24 luglio 2020, documenti n. 122 e 130).

²⁹ Enel X Italia è stata sentita in audizione in data 10 ottobre 2019 (doc. n. 43) e 17 dicembre 2019 (doc. n. 65). Google (in particolare, i rappresentanti di Google Italy e Google LLC) è stata sentita in audizione in data 13 novembre 2019 (nelle more della valutazione della proposta di impegni, doc. n. 56).

³⁰ Una richiesta di informazioni è stata inviata a Player Editori Radio S.r.l. in data 4 giugno 2020 (risposta del 1° luglio 2020, doc. n. 109). Tale richiesta è stata estesa a Radioplayer Worldwide Limited in data 7 luglio 2020 (risposta del 4 dicembre 2020, doc. n. 171). Player Editori Radio S.r.l. è una società fondata dai principali gruppi radiofonici italiani e dalle associazioni di categoria; essa è licenziataria della *app* Radioplayer, sviluppata da Radioplayer Worldwide Limited, che consente l'ascolto delle emittenti radiofoniche aderenti su diverse piattaforme, tra cui Android Auto e Apple CarPlay.

³¹ Si vedano "Analisi di mercato" mensili di Motus-e (in doc. n. 194) che costantemente indicano che i quattro modelli indicati nel testo rappresentano, insieme a Tesla Mod. 3, quelli più venduti. Come noto, Tesla ha sviluppato un sistema di *infotainment* proprietario e chiuso rispetto alle piattaforme di *mirroring* di *smartphone* e *tablet* cosicché si è ritenuto che, nel caso in esame, non fosse necessario acquisire il punto di vista di Tesla con riguardo alla compatibilità del proprio sistema di *infotainment* con Android Auto e Apple CarPlay.

³² Richieste di informazione sono state inviate in data 25 giugno 2020 e 15 settembre 2020 a PSA Groupe Italia (risposte del 29 luglio 2020, doc. n. 131, e 30 settembre 2020, doc. n. 163), Mercedes-Benz Italia S.p.A. (risposte del 20 luglio 2020, doc. n. 125, e 15 ottobre 2020, doc. n. 167), FCA Italy S.p.A. (risposte del 21 settembre 2020, doc. n. 155, e 24 settembre 2020, doc. n. 156), Volkswagen Group Italia S.p.A. (risposte del 3 agosto 2020, doc. n. 133, e 25 settembre 2020, doc. n. 161) e Renault Italia S.p.A. (risposte del 4 agosto 2020, doc. n. 135, e 29 settembre, doc. n. 162).

³³ Secondo i dati di fonte Unione Nazionale Rappresentanti Autoveicoli Esteri – UNRAE (in doc. n. 194), nei periodi gennaio-agosto 2020 e gennaio-agosto 2019 i gruppi automobilistici interpellati rappresentavano rispettivamente il 69,11% (559.521 su 809.655) e il 71,05% (941.865 su 1.325.704) delle immatricolazioni.

20. In data 12 febbraio 2021 è pervenuta un'istanza di Google di proroga del termine per presentare memorie e, per l'effetto, del termine infra-procedimentale di conclusione della fase di acquisizione di elementi probatori. L'istanza di Google è stata parzialmente accolta e il nuovo termine infra-procedimentale è stato comunicato alle parti in data 26 febbraio 2021³⁴.

21. In data 26 febbraio 2021 è pervenuta un'istanza di Google di accesso secondo le modalità di cd. *data room* alle informazioni confidenziali contenute in alcuni documenti del fascicolo istruttorio. Detta istanza è stata rigettata con comunicazione del 5 marzo 2021 in quanto non ricorrevano i presupposti per una procedura di *data room*³⁵.

22. Google ha presentato una memoria difensiva ai sensi dell'art. 14, comma 4, del D.P.R. n. 216/98³⁶.

23. In data 29 marzo si è svolta l'audizione finale dinanzi al Collegio dei rappresentanti di Google e Enel X Italia³⁷.

III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

III.1 Premessa

24. Il caso in esame riguarda il rifiuto di Google di rendere disponibile sulla piattaforma Android Auto la *app* JuicePass (già denominata Enel X Recharge), sviluppata da Enel X Italia per fornire servizi connessi alla ricarica delle auto elettriche e, in particolare, quelli di ricerca di colonnine di ricarica, navigazione, prenotazione della sessione di ricarica, gestione della stessa (avvio, monitoraggio, conclusione) e pagamento. Infatti, Google definisce gli strumenti informatici che consentono agli sviluppatori di *app* di creare *app* compatibili con Android Auto e, a fronte della richiesta di Enel X Italia, non ha approntato le soluzioni informatiche adeguate così ostacolando e procrastinando, ingiustificatamente, la disponibilità della *app* di Enel X Italia su Android Auto.

25. Android Auto è un'estensione del sistema operativo Android che serve a creare un ambiente nel quale le funzionalità dei dispositivi mobili intelligenti (*smartphone* e *tablet*) e soprattutto – ciò che qui interessa – di talune *app* vengono semplificate e modificate per renderle adatte ad essere usate quando l'utente è alla guida anche attraverso le unità di *infotainment* delle auto, a partire dal *display*. A tale scopo devono essere garantiti requisiti di sicurezza e contenimento della distrazione, ciò che può avvenire o perché le *app* vengono sviluppate secondo modelli predefiniti (*template*) o perché le caratteristiche delle *app* vengono verificate ad *hoc* (*app* personalizzate o *custom app*) o perché è possibile utilizzare le *app* esclusivamente tramite comandi vocali (Actions-on-Google). In tutti e tre i casi è necessaria la disponibilità di Google a sviluppare meccanismi di interoperabilità, eventualmente anche instaurando una collaborazione con gli sviluppatori terzi per la definizione di soluzioni personalizzate.

³⁴ L'istanza è stata reiterata in data 26 febbraio 2021 e rigettata dall'Autorità in quanto non vi erano elementi di valutazione nuovi rispetto a quelli già valutati (decisione del 3 marzo 2021, comunicata il 5 marzo 2021).

³⁵ Infatti, le informazioni cui si riferiva l'istanza non sono state oggetto di elaborazioni e/o valutazioni e, anzi, esse non sono state nemmeno riportate nella CRI, ad esclusione di alcuni dati puntuali che sono stati resi accessibili utilizzando forcelle di valori minimi e massimi. Si vedano le linee guida della Commissione sulla procedura di *data room* ("*Best Practices on the disclosure of information in data rooms in proceedings under Articles 101 and 102 TFEU and under the EU Merger Regulation*").

³⁶ Si veda memoria finale di Google trasmessa in data 24 marzo 2021.

³⁷ Si veda verbale dell'audizione finale del 29 marzo 2021.

26. Android Auto è parte del sistema operativo Android. Una *app* che sia stata sviluppata con gli strumenti di programmazione disegnati per Android Auto, quando viene resa disponibile – pubblicata, secondo la terminologia che emerge dalle evidenze istruttorie – sull'*app store* Google Play diventa automaticamente disponibile su Android Auto, viene cioè pubblicata anche su Android Auto. Android, Google Play e Android Auto sono prodotti di Google che fanno parte di un unico ecosistema che parte dai dispositivi mobili e si estende (tra gli altri) all'ambiente auto. Tale ecosistema è separato rispetto a quello che si incentra sul sistema operativo iOS e quando, nel prosieguo, si farà riferimento all'ecosistema iOS sarà per evidenziare l'interesse degli sviluppatori di *app* e dei costruttori di auto per le piattaforme che estendono l'uso dei dispositivi mobili all'ambiente auto.

27. La condotta di Google va inquadrata nel rapporto competitivo che lega la *app* Google Maps e la *app* JuicePass (già Enel X Recharge). Infatti, esiste un'area di sovrapposizione tra le *app* di navigazione e le *app* servizi connessi alla ricarica elettrica relativamente alle funzioni di ricerca e navigazione (concorrenza attuale); da tale sovrapposizione scaturisce un confronto competitivo che riguarda anche le altre attività connesse alla ricarica, sia perché le *app* di navigazione possono estendere le proprie funzioni anche a tali attività (concorrenza potenziale), sia perché le due tipologie di *app* si contendono il rapporto con gli utenti finali e il conseguente flusso di dati che gli utenti finali generano attraverso l'uso delle *app* (concorrenza per gli utenti e i dati). La *app* Google Maps offre servizi di ricerca e navigazione per diversi punti di interesse, tra cui anche le colonnine per la ricarica elettrica, secondo un approccio generalista; la *app* JuicePass offre servizi specifici per la ricarica elettrica che comprendono sia la ricerca e la navigazione sia altre attività, come la prenotazione, la gestione e il pagamento della ricarica; in futuro Google Maps potrebbe ampliare i servizi offerti con riguardo alle colonnine per la ricarica elettrica, anche attraverso accordi con *Mobility Service Provider*.

28. Nei paragrafi che seguono si procederà ad una ricognizione dei mercati rilevanti sui quali Google detiene una posizione dominante (sistemi operativi che sono oggetto di licenza e *app store* per il sistema operativo Android) e si analizzeranno il funzionamento e le caratteristiche di Android Auto. Successivamente si descriveranno le *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica e si analizzeranno il rapporto competitivo che lega queste *app* a quelle di navigazione nonché le caratteristiche della *app* sviluppata da Enel X Italia e della *app* Google Maps. Quindi, si ricostruirà la condotta di Google rispetto alla richiesta di Enel X Italia di avere la propria *app* su Android Auto.

III.2 I mercati rilevanti a monte e lo spazio competitivo a valle

Il mercato della concessione di licenze per sistemi operativi per dispositivi mobili intelligenti e il mercato dei portali di vendita di applicazioni (app store) per Android

29. Nella decisione sul caso AT.40099 – Google Android, la Commissione Europea ha definito un mercato della concessione di licenze per sistemi operativi per dispositivi mobili intelligenti (di seguito, anche solo sistemi operativi)³⁸, nel quale Google è presente tramite Android. I sistemi operativi per dispositivi mobili intelligenti sono *software* che controllano il funzionamento di base

³⁸ Si veda decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android, in particolare paragrafi 218 e 219 (schema di valutazione) e seguenti.

dei dispositivi e delle relative *app*³⁹. Il mercato in questione esclude, in particolare, i sistemi operativi che non vengono concessi in licenza bensì vengono utilizzati esclusivamente da sviluppatori integrati verticalmente, tra cui, in particolare, iOS di Apple⁴⁰. La dimensione geografica del mercato è stata definita mondiale con l'esclusione della Cina⁴¹.

30. Nella richiamata decisione, la Commissione Europea ha concluso che Google detiene una posizione dominante nel mercato della concessione di licenze per sistemi operativi per dispositivi mobili intelligenti⁴². Tale conclusione si fonda, tra l'altro, sulla quota di mercato detenuta da Google (nel 2016, 96,4% delle vendite di *device* con sistema operativo che è oggetto di licenza) e sul fatto che i sistemi operativi per *smartphone e tablet* che non sono oggetto di licenza, e tra questi in particolare iOS di Apple, non esercitano una pressione competitiva sufficiente ad affievolire l'autonomia di comportamento di Google⁴³.

31. Android viene utilizzato dai produttori di dispositivi mobili intelligenti per configurare gli apparati e gestirne le funzioni di base e dagli sviluppatori di *app* per creare applicazioni compatibili con il suddetto sistema operativo. Infatti, Android non si limita a gestire le funzioni base del dispositivo mobile ma crea le strutture necessarie per il funzionamento delle *app* (si veda Figura 1).

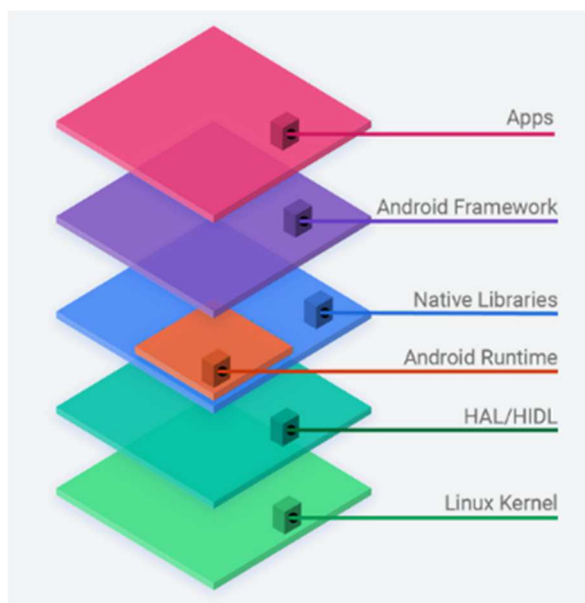
³⁹ Si veda decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android, in particolare paragrafi 79-82.

⁴⁰ Si veda decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android, in particolare paragrafi 238 e seguenti.

⁴¹ Si veda decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android, in particolare paragrafi 403 e seguenti.

⁴² Si veda decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android, in particolare paragrafo 440.

⁴³ Si veda decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android, in particolare paragrafi 479 e seguenti.

Figura 1 – Architettura di Android

Fonte: <https://source.android.com/> (Screenshot del 9 settembre 2020)

32. In tal senso, Android è una piattaforma che mette in relazione i costruttori di dispositivi mobili intelligenti, gli sviluppatori di *app* e i possessori/utenti di dispositivi mobili intelligenti. La Commissione ha, in particolare, evidenziato che, per competere nel settore dei dispositivi mobili, Android ha avuto bisogno del supporto di altri operatori tra cui gli sviluppatori di *app*, oltre ai costruttori di dispositivi mobili e ai gestori di reti di telecomunicazioni. Google si assicura, pertanto, che sviluppatori di *app* abbiano incentivi a creare *app* per Android in quanto ciò crea un circolo virtuoso per cui maggiore il numero di *app*, più forte l'attrattività di Android per gli utenti finali, maggiore l'interesse degli sviluppatori per Android⁴⁴.

33. La Commissione ha, in effetti, valutato che la piattaforma Android è caratterizzata da effetti di rete: in particolare, *“quanto più gli utenti utilizzano un sistema operativo per dispositivi mobili, tanto più gli sviluppatori elaborano applicazioni per questo sistema, e ciò a sua volta attrae un numero maggiore di utenti”*⁴⁵. In particolare, la Commissione ha evidenziato che gli effetti di rete

⁴⁴ Si veda decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android, in particolare paragrafi 148-151. La Commissione ha richiamato il post intitolato *“The Benefits & Importance of Compatibility”*, pubblicato il 14 settembre 2012 sul blog ufficiale di Android (*Official Android Blog*). In tale post Andy Rubin, Senior Vice President of Mobile and Digital Content, spiega che *“developers each contribute to making the platform better -- because when developers support a platform with their applications, the platform becomes better and more attractive to consumers. As more developers build great apps for Android, more consumers are likely to buy Android devices because of the availability of great software content ... As more delighted consumers adopt Android phones and tablets, it creates a larger audience for app developers to sell more apps. The result is a strategy that is good for developers (they sell more apps), good for device manufacturers (they sell more devices) and good for consumers (they get more features and innovation). ... In economic terms, this is known as a virtuous cycle -- a set of events that reinforces itself through a feedback loop. Each iteration of the cycle positively reinforces the previous one”*.

⁴⁵ Si veda comunicato stampa del 18 luglio 2018 della Commissione Europea *“Antitrust: la Commissione infligge a Google un'ammenda di 4.34 miliardi di € per pratiche illegali riguardanti i dispositivi mobili Android volte a rafforzare la posizione dominante del motore di ricerca di Google”* (http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-4581_it.htm).

emergono in quanto gli sviluppatori di *app*, quando decidono per quale sistema operativo (oggetto di licenza) creare applicazioni, tengono conto delle possibilità di *download* da parte degli utenti finali e, pertanto, preferiscono i sistemi operativi che hanno una base utenti ampia. In tal senso, la rilevante diffusione di Android costituisce un forte incentivo per gli sviluppatori a concentrare la propria attività su tale sistema operativo: infatti, nella maggioranza dei casi, gli sviluppatori dispongono di risorse limitate; inoltre, la conversione di una *app* da un sistema operativo (oggetto di licenza) ad un altro è costosa e richiede tempo; infine, nessun altro sistema operativo (oggetto di licenza) raggiunge il grado di utilizzo di Android⁴⁶.

34. La Commissione ha altresì considerato uno studio di un consulente indipendente nel quale veniva evidenziato che gli effetti di rete indiretti, quali quelli descritti con riguardo agli sviluppatori di *app*, creano degli ecosistemi⁴⁷ rispetto ai quali la competizione è “*impossibile*”. Siffatti ecosistemi vengono definiti “*black ocean*” per distinguerli sia dai mercati che sono contendibili (“*red ocean*”) che da quelli che sono in teoria contendibili ma che di fatto non vengono contesi (“*blues ocean*”) (si veda Figura 2)⁴⁸.

⁴⁶ Si veda, inoltre, decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android, paragrafi 464-468.

⁴⁷ Con riferimento agli effetti di rete indiretti, il termine ecosistema si riferisce ad una molteplicità di gruppi di utenti che sono uniti da relazioni economiche (quali quelle che legano i diversi versanti delle piattaforme) che consentono di guardare in maniera unitaria ai suddetti gruppi.

⁴⁸ Si veda, inoltre, decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android, paragrafo 469. Lo studio citato è Vision Mobile “*Mobile Megatrends 2014*”, 25 July 2014, in particolare slide 28. Una versione di tale studio è consultabile sul sito <slideshare.net>.

Figura 2 – Gli ecosistemi di app creano “black ocean”

MOBILE APP ECOSYSTEMS CREATE BLACK OCEANS



28

Inspired by "Blue Ocean Strategy" (2005) by W. Chan Kim and Renée Mauborgne (INSEAD)

Copyright VisionMobile 2014



Fonte: Decisione della Commissione sul caso AT.40099 - Google Android

35. Benché Android sia un *software open source*, Google ne influenza in maniera determinante lo sviluppo attraverso gli investimenti, il sistema di *governance* che essa stessa gestisce e le decisioni sui tempi di rilascio degli aggiornamenti e delle nuove versioni⁴⁹. Inoltre, Google controlla la licenza del marchio Android nonché l'implementazione di Android nei dispositivi mobili intelligenti (attraverso i *test* di compatibilità)⁵⁰.

36. La quasi totalità dei dispositivi mobili intelligenti utilizza un sistema operativo Android o iOS. Pertanto, poiché il sistema operativo iOS non appartiene al mercato rilevante della concessione di licenze per sistemi operativi per dispositivi mobili intelligenti, risulta certamente confermata la rilevanza della quota di mercato di Android evidenziata nella decisione della Commissione Europea.

37. Secondo le statistiche GlobalStats di StatCounter⁵¹, nel periodo agosto 2019-agosto 2020, a livello mondiale, gli *smartphone* rappresentavano tra il 51% e il 54% degli apparati (*smartphone*, *tablet* e *desktop*) mentre i *tablet* tra il 2,8% e il 3,8%. In Italia, nel periodo agosto 2019-agosto 2020, gli *smartphone* sono passati dal 47,9% (agosto 2019) al 53,9% (agosto 2020), i *tablet* dal 4,1% al 2,7%.

⁴⁹ Si veda decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android, paragrafi 122-130.

⁵⁰ Si veda decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android, paragrafo 572.

⁵¹ Si veda sito < gs.statcounter.com >.

38. I dati di StatCounter fanno altresì emergere che, nel periodo agosto 2019-agosto 2020, a livello mondiale, tra il 70,7% (aprile 2020) e il 76,2% (agosto 2019) degli *smartphone* utilizzava il sistema operativo Android attestandosi nel mese di agosto 2020 al 74,2%; tra il 22,2% (agosto 2019) e il 28,8% (aprile 2020) degli *smartphone* utilizzava il sistema operativo iOS attestandosi al 25,1% nel mese di agosto 2020⁵². Per quanto riguarda i *tablet*, a livello mondiale, quelli che utilizzano il sistema operativo Android sono saliti dal 28% dell'agosto 2019 al 41,2% dell'agosto 2020; nel medesimo arco temporale, i *tablet* che utilizzano il sistema operativo iOS sono scesi dal 71,8% al 58,7%.

39. Con specifico riferimento all'Italia, la medesima fonte dà conto del fatto che nel periodo agosto 2019-agosto 2020, la percentuale di *smartphone* con sistema operativo Android è restata sostanzialmente stabile intorno al 74,8% e la percentuale di *smartphone* con sistema operativo iOS ha oscillato intorno al 24-25%. Per quanto concerne i *tablet*, nel periodo agosto 2019-agosto 2020, la percentuale di quelli con sistema operativo Android è salita dal 31,1% (agosto 2019) al 49,9% (agosto 2020) e la percentuale di quelli con sistema operativo iOS è scesa dal 68,8% (agosto 2019) al 49,9% (agosto 2020).

40. Nella decisione sul caso AT.40099 – Google Android, la Commissione Europea ha altresì definito un mercato dei portali di vendita di applicazioni per Android (Android *app store*)⁵³, nel quale Google è presente tramite Google Play. Gli *app store* sono (a loro volta) *app* che costituiscono piattaforme digitali di distribuzione attraverso le quali i possessori di *smart device* possono scaricare, installare e gestire un ampio ventaglio di applicazioni⁵⁴. Il mercato in questione esclude, in particolare, gli *app store* per i sistemi operativi licenziabili diversi da Android⁵⁵ nonché gli *app store* per sistemi operativi che non vengono concessi in licenza⁵⁶. La dimensione geografica è stata definita mondiale con l'esclusione della Cina⁵⁷.

41. Nella decisione richiamata, la Commissione ha concluso che Google detiene una posizione dominante nel mercato dei portali di vendita di applicazioni per Android (Android *app store*)⁵⁸. Tale conclusione si fonda, tra l'altro, sulla quota di mercato di Google (nel 2016 Google Play era pre-installato nel [90-100%] dei dispositivi mobili intelligenti e il [90-100%] delle *app* scaricate su dispositivi mobili intelligenti con sistema operativo Android era scaricato tramite Google Play), sulla quantità e popolarità delle applicazioni disponibili sul Google Play, sulle funzionalità di aggiornamento automatico delle *app* e sul fatto che gli *app store* per sistemi operativi che non sono

⁵² Poiché Android e iOS appartengono a mercati rilevanti diversi, le percentuali riportate nel testo non possono essere interpretate come quote di mercato.

⁵³ Si veda decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android, in particolare paragrafi 268 e 269 (schema di valutazione) e seguenti.

⁵⁴ Si veda decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android, in particolare paragrafo 86.

⁵⁵ Si veda decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android, in particolare paragrafi 284 e seguenti.

⁵⁶ Si veda decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android, in particolare paragrafi 306 e seguenti.

⁵⁷ Si veda decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android, in particolare paragrafi 412 e seguenti.

⁵⁸ Si veda decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android, in particolare paragrafi 590 e seguenti.

oggetto di licenza, e tra questi in particolare iOS di Apple, non esercitano una pressione competitiva sufficiente ad affievolire l'autonomia di comportamento di Google⁵⁹. Su Google Play sono disponibili “oltre due milioni di app”⁶⁰.

42. Google Play è, dunque, una piattaforma di distribuzione che mette in relazione gli sviluppatori di *app*, che hanno interesse a che le rispettive applicazioni vengano scaricate e utilizzate dagli utenti, e gli utenti, che sono interessati a scaricare e utilizzare *app* sui propri dispositivi mobili con sistema operativo Android. Gli sviluppatori distribuiscono le *app* utilizzabili su dispositivi mobili intelligenti con sistema operativo Android (precipualemente) tramite Google Play.

43. Nel caso in cui una *app* sia stata sviluppata in maniera da essere compatibile anche con Android Auto, e cioè sviluppata utilizzando gli strumenti di programmazione per Android Auto messi a disposizione da Google, la pubblicazione su Google Play comporta che la *app* sia automaticamente utilizzabile su Android Auto⁶¹. Pertanto, Google Play è l'*app store* per la distribuzione di *app* compatibili con Android Auto. Tuttavia, la distribuzione di una *app* tramite lo *store* Google Play da sola non consente la pubblicazione della medesima *app* su Android Auto essendo a tal fine anche necessario che la *app* sia sviluppata utilizzando gli strumenti di programmazione preposti. In altre parole, la distribuzione tramite Google Play è una delle due condizioni necessarie, che devono essere contemporaneamente verificate, per la pubblicazione su Android Auto.

Android Auto

Presentazione di Android Auto

44. Intorno ad Android, Google ha sviluppato e sta sviluppando un vero e proprio ecosistema che estende l'uso di Android ad apparati diversi da *smartphone* e *tablet* e, in particolare, alle *smart tv* (Android TV), ai dispositivi cd. *wearable* (Wear OS) e, ciò che rileva ai fini del presente caso, alle unità di *infotainment* delle auto (*display* e comandi integrati) con Android Auto (si veda Figura 3)⁶². In particolare, Android Auto consente di estendere l'uso (di alcune) delle *app* che l'utente ha sullo *smartphone*, unitamente alle funzioni di chiamata e messaggistica del telefonino, attraverso le unità di *infotainment* delle auto, ivi compresi i *display* delle auto.

⁵⁹ Si veda decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android, in particolare paragrafi 652 e seguenti.

⁶⁰ Si veda doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

⁶¹ Si veda doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

⁶² È la stessa Google a parlare di ecosistema. Si veda pagina *web* https://www.android.com/intl/it_it/ (*screenshot* dell'8 settembre 2020, in doc. n. 194). Per ecosistema si intende qui un complesso di prodotti e/o piattaforme pienamente interoperabili e volti a soddisfare una molteplicità di bisogni degli utenti.

Figura 3 – Screenshot dalla pagina <https://www.android.com/>

PER GLI SVILUPPATORI	PER LE AZIENDE	PER LA STAMPA	L'ECOSISTEMA	ASSISTENZA
Risorse per sviluppatori ↗	Panoramica	Blog Android ↗	Android Auto	Passaggio da iOS
Android Studio e SDK ↗	Gestione	Blog di Enterprise ↗	Android TV	Centro assistenza Android ↗
Android Open Source Project ↗	Dipendenti	Area per la stampa ↗	Wear OS by Google ↗	Android File Transfer
	Sicurezza	Android è per tutti		Trova il mio dispositivo ↗
	Registrazione	Contatta il team di addetti stampa ↗		Partecipa agli studi sugli utenti ↗
	Dispositivi aziendali	Come funziona Google Play		
	Recommended			
	Risorse			
	Per i partner			
	Directory di soluzioni ↗			

Norme sulla privacy Italiano

Alcune funzionalità e alcuni dispositivi potrebbero non essere disponibili in tutti i paesi. Soggetti a disponibilità.
Alcune funzionalità e la disponibilità variano in base all'OEM e/o al produttore del dispositivo.

Fonte: <https://www.android.com/> (Screenshot dell'8 settembre 2020)

45. Android Auto è stato lanciato nel 2015 come *app* e quindi integrata, a partire da Android 10, nel sistema operativo⁶³. Pertanto, Android Auto, oltre ad essere parte integrante dell'ecosistema Android, è altresì parte integrante del sistema operativo Android (dalle versioni più recenti).

46. Android Auto è stato lanciato in conseguenza del lancio di CarPlay da parte di Apple (avvenuto nel 2014) così che Android mantenesse il passo rispetto ad iOS, fermo restante il fatto che iOS, non venendo concesso in licenza, non appartiene al medesimo mercato rilevante di Android⁶⁴. Successivamente al lancio, i principali aggiornamenti di Android Auto sono stati: nel 2016 l'introduzione della possibilità di usare Android Auto direttamente dallo schermo dello *smartphone* e l'integrazione con Google Assistant da cui consegue la possibilità di utilizzare i comandi vocali sulla piattaforma Android Auto⁶⁵; nel 2018 l'introduzione di Android Auto Wireless che consente l'uso di Android Auto senza necessità di collegare il dispositivo mobile all'unità di *infotainment* dell'auto; nel 2019 l'aggiornamento dell'interfaccia utente di Android Auto al fine di facilitarne il lancio⁶⁶.

47. Android Auto è una "*smartphone projection app*" ossia una *app* che proietta il contenuto dello schermo del dispositivo mobile sull'unità di *infotainment* dell'automobile e trasmette degli *input* dall'unità di *infotainment* (attraverso *touchscreen*, pulsanti, *etc.*) al dispositivo mobile, che risponde a tali *input*. Pertanto, Android Auto, come altre *smartphone projection app*, quali Apple CarPlay e

⁶³ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

⁶⁴ Si vedano doc. n. 23 (verbale dell'audizione di Google Italy del 16 luglio 2019) e doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

⁶⁵ Come spiegato da Google, Google Assistant è il prodotto che realizza il riconoscimento vocale mentre l'insieme delle istruzioni e/o attività che possono essere eseguite attraverso comandi vocali (e dunque intermedie da Google Assistant) costituiscono il prodotto denominato "Actions-on-Google" (si vedano documenti n. 23, verbale dell'audizione di Google Italy del 16 luglio 2019, e doc. n. 122, risposta di Google del 17 luglio 2020).

⁶⁶ Si veda doc. n. 130, risposta di Google del 24 luglio 2020.

MirrorLink, consente la “*interoperabilità*” tra il sistema di *infotainment* dell’automobile e le *app* presenti sul dispositivo mobile dell’utente che siano compatibili con Android Auto⁶⁷.

48. Android Auto, rappresentando l’estensione di Android all’ambiente auto, si configura a sua volta come una piattaforma, che viene scelta dai costruttori di auto e dagli sviluppatori di *app* per rendere disponibili applicazioni che sono presenti sul telefonino degli utenti quando questi sono alla guida. I costruttori di auto devono scegliere se rendere i sistemi di *infotainment* delle loro auto compatibili con Android Auto. Gli sviluppatori devono scegliere se programmare le loro *app* in maniera che esse siano compatibili con Android Auto.

49. Un’analisi più attenta mette in evidenza che Android Auto non solo collega le *app* (compatibili) con l’unità di *infotainment* dell’auto ma modifica anche l’esperienza utente (*user experience*), semplificando la grafica e le funzioni delle *app*. L’intervento sull’esperienza utente è finalizzata a garantire un uso agevole e sicuro da parte degli utenti così da limitare le distrazioni alla guida: “*l’obiettivo di tale prodotto è quello di assicurare una user experience sicura e scorrevole, senza soluzione di continuità (seamless)*”⁶⁸.

50. Per assicurare l’accesso degli utenti alla suddetta esperienza modificata, Android Auto può essere utilizzato anche direttamente dallo schermo del dispositivo mobile⁶⁹. Pertanto, indipendentemente dal fatto che venga utilizzato attraverso l’unità di *infotainment* dell’auto ovvero attraverso lo schermo dello *smartphone* (e/o del *tablet*), Android Auto consente un uso facile e sicuro delle *app* compatibili, quando l’utente è alla guida di un autoveicolo.

51. Quando il dispositivo mobile è collegato all’unità di *infotainment* dell’automobile, e Android Auto attivato, l’utente può utilizzare una *app* non presente su Android Auto “*semplicemente prendendo il dispositivo e, se necessario, sbloccandolo*”. Per sbloccare il dispositivo mobile l’utente deve compiere tutte le attività da lui stesso impostate, “*ad esempio, attivazione dello schermo tramite riconoscimento facciale o riconoscimento basato sull’impronta digitale, scorrimento della schermata di blocco, inserimento della password, ecc.*”⁷⁰.

52. Android Auto utilizza la connessione dati del dispositivo mobile; con le parole di Google: “*Android Auto è progettato in modo tale che esso e tutte le app che sono disponibili su di esso utilizzino la connessione dati mobile fornita dallo smartphone per il collegamento a Internet*”⁷¹. I

⁶⁷ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

⁶⁸ Si veda doc. n. 56 (verbale dell’audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019).

Si veda anche doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019) dove si legge: “*Android Auto è quindi un’app che consente di accedere a talune altre app disponibili sullo smartphone dell’utente, modificandone l’“esperienza utente” (la user experience) al fine di ridurre al minimo il rischio di distrazione*”.

Si veda altresì doc. n. 23 (verbale dell’audizione di Google Italy del 16 luglio 2019) dove si legge: “*Le app media sono numerose e, come dimostrato simulandone l’uso su Android Auto, tutte hanno funzionalità molto limitate rispetto alla versione utilizzabile sullo smartphone e tutte hanno la medesima grafica*”.

⁶⁹ “*Lo scopo fondamentale dell’app Android Auto è proprio consentire una user experience più semplice, sicura e intuitiva. Gli utenti possono fruirne in due modi: direttamente dallo schermo dello smartphone, o attraverso lo schermo integrato nel cruscotto di un’automobile (che “riflette” il contenuto dello schermo del telefono)*” (si veda doc. n. 36, memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

⁷⁰ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

⁷¹ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

più recenti modelli di auto sono dotati di una connessione dati ma l'uso di quest'ultima sembra limitato ad alcune funzionalità scelte dai costruttori⁷².

53. Su Android Auto è possibile utilizzare le *app* e le funzioni di chiamata e messaggistica dello *smartphone* tramite comandi vocali. Google ha spiegato che: Google Assistant è il prodotto che consente l'accesso alle funzionalità e applicazioni abilitate tramite comandi vocali; "Actions-on-Google" è la piattaforma di sviluppo per Google Assistant, che consente di programmare azioni che possono essere utilizzate dagli utenti tramite comandi vocali; poiché Actions-on-Google è attiva su Android Auto, gli sviluppatori terzi possono programmare *app* che utilizzano comandi vocali, nei limiti delle azioni supportate da Actions-on-Google⁷³.

54. In particolare, su Android Auto possono essere utilizzate tramite comandi vocali le seguenti categorie di *app*: (i) *app* di media e di messaggistica, sviluppate secondo i relativi *template*; (ii) *app* di navigazione, e cioè Google Maps e Waze (che fanno capo a Google) alle quali si aggiunge la *app* coreana "Kakao", sviluppata nell'ambito di una collaborazione con Google (*custom app*); e (iii) "*app* basate sulle interazioni vocali progettate utilizzando le Application Programming Interface ("API") di Google Assistant (Actions on Google)"⁷⁴. Inoltre, il *template* per *app* di navigazione che Google sta sviluppando consentirà l'uso di comandi vocali.

Il versante dei costruttori di auto

55. Sul versante dei costruttori di auto, Android Auto, così come le *app* analoghe Apple CarPlay e MirrorLink, richiede che il sistema di *infotainment* delle automobili supporti Android Auto, o altra *smartphone projection app*. Tale interoperabilità viene negoziata tra le case automobilistiche, che decidono del sistema di *infotainment* delle auto prodotte, e gli sviluppatori delle *app* in questione (Google per Android Auto, Apple per Apple CarPlay, Car Connectivity Consortium per MirrorLink).

56. I costruttori di auto scelgono nella generalità dei casi di rendere i propri sistemi di *infotainment* compatibili con Android Auto, così come con Apple CarPlay. In effetti, dai siti di tali piattaforme risulta la compatibilità con i principali marchi di auto, che rappresentano la quasi totalità dei 45 marchi per i quali l'Unione Nazionale Rappresentanti Autoveicoli Esteri – UNRAE fornisce i dati delle immatricolazioni: in particolare, 40 marchi sono compatibili con Android Auto, per una copertura pari al 98% circa delle immatricolazioni, e 37 marchi sono compatibili con Apple CarPlay, per una copertura pari al 94% circa delle immatricolazioni⁷⁵. Nel corso dell'istruttoria i costruttori

⁷² PSA ha precisato che la connessione dati è utilizzabile solo per *e-call* (SOS e assistenza) e per la navigazione integrata mentre non è utilizzabile per Android Auto, Apple CarPlay e MirrorLink (si veda doc. n. 163, risposta di PSA del 30 settembre 2020).

FCA ha precisato che i moduli di connessione dati consentono il collegamento a piattaforme di *service delivery* (servizi di sicurezza, *comfort*, navigazione, stile di guida, verifica stato d'uso e manutenzione, *etc.*). Si veda doc. n. 156 (risposta di FCA del 24 settembre 2020).

⁷³ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020). Si veda altresì doc. n. 23 (verbale dell'audizione di Google Italy del 16 luglio 2019) dove si legge: "*le interazioni vocali sono gestite da Google Assistant che è il prodotto deputato al riconoscimento vocale. I comandi vocali possono abilitare l'esecuzione di specifiche istruzioni o attività ciò che viene denominato "Actions on Google"*".

⁷⁴ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

⁷⁵ La compatibilità dei marchi automobilistici con Android Auto e Apple CarPlay è stata verificata, da ultimo, in data 17 settembre 2020 (doc. n. 194). Preso a riferimento il quadro delle immatricolazioni relative al mese di agosto 2020 comparato con lo stesso mese del 2019, su 45 marchi complessivamente evidenziati, solo 5 non risultano compatibili con Android Auto (Great Wall, Tesla, Dr Motor, Porsche e Mini) e solo 8 non risultano compatibili con Apple CarPlay (Lada, Great Wall, Mahindra, Ssangyong, Tesla, Dr Motor, Smart e Dacia). Ipotizzando, cautelativamente, che le immatricolazioni

di auto FCA, Volkswagen, PSA, Renault e Mercedes-Benz hanno spiegato la scelta di rendere i rispettivi sistemi di *infotainment* compatibili con Android Auto e Apple CarPlay osservando che dette piattaforme costituiscono *standard* di mercato e che, pertanto, l'interoperabilità è intesa a rispondere alle esigenze dei potenziali acquirenti di auto.

57. In particolare, per quanto concerne la compatibilità dei sistemi di *infotainment* con Android Auto:

- PSA ha osservato che *“Android [Auto, ndr] è uno dei principali sistemi operativi di mirroring sui device in commercio e si è reso necessario far sì che i nostri sistemi infotainment fossero compatibili con il protocollo Android Auto con l'obiettivo di essere in linea con l'offerta dei competitors e soddisfare le esigenze del cliente PSA”*⁷⁶;

- Renault ha spiegato di aver scelto di rendere compatibili i propri sistemi di *infotainment* con Android Auto *“per rispondere alle esigenze dei clienti”*. Infatti, *“Android Auto rappresenta uno standard di mercato”* e secondo dati diffusi da Google, nel terzo trimestre 2019 il 15% dei possessori di *smartphone* Android utilizzava Android Auto sul sistema di *infotainment* dell'auto⁷⁷;

- Volkswagen ha spiegato di aver deciso di rendere i sistemi di *infotainment* dei propri veicoli compatibili con Android Auto *“in virtù del significativo interesse espresso dai clienti a rimanere connessi tramite lo smartphone in auto (utilizzando le note app per smartphone per la navigazione, lo streaming per la musica, ecc.)”* richiamando, dunque, la *“necessità di essere competitivi sul mercato rispetto ad altri costruttori e di offrire un prodotto che risponda alle esigenze dei clienti”*⁷⁸;

- FCA ha scelto di offrire l'interoperabilità con Android Auto *“in risposta ad un'esigenza dei consumatori che richiedono sempre più frequentemente di poter utilizzare anche in auto le applicazioni dei loro telefoni”*⁷⁹;

- Mercedes-Benz ha spiegato che *“[l]a compatibilità del sistema di infotainment dei veicoli è una caratteristica di grande interesse per i nostri clienti. ... Al fine di soddisfare le esigenze dei nostri clienti e di essere competitivi è strategico garantire tale compatibilità”*; inoltre, *“[a] causa della scarsa ricezione del segnale DAB in molte delle aree metropolitane e visto il ridotto numero dei fornitori, si prevede che Android Auto ed Apple CarPlay potrebbero essere l'unica alternativa possibile per l'ascolto della musica all'interno del veicolo”*⁸⁰.

58. Le medesime valutazioni sono state espresse dai gruppi automobilistici interpellati con riguardo alla compatibilità dei sistemi di *infotainment* con Apple CarPlay. Pertanto, Android Auto e Apple CarPlay si configurano come *standard* di mercato per la proiezione delle *app* (compatibili) sulle unità di *infotainment* delle auto, rispettivamente per l'ecosistema Android e per quello iOS.

non attribuite a marchi specifici (“Altre”) non siano compatibili né con Android Auto né con Apple Carplay, i marchi non compatibili con Android Auto rappresentano il 2,11% delle immatricolazioni nel periodo gennaio-agosto 2020 e l'1,77% nel corrispondente periodo 2019; i marchi non compatibili con Apple CarPlay rappresentano il 4,75% nel periodo gennaio-agosto 2020 e il 6,63% nel corrispondente periodo 2019.

⁷⁶ Si veda doc. n. 131 (risposta di PSA 29 luglio 2020).

⁷⁷ Si veda doc. n. 135 (risposta di Renault del 4 agosto 2020).

⁷⁸ Si veda doc. n. 133 (risposta di Volkswagen del 3 agosto 2020).

⁷⁹ Si veda doc. n. 155 (risposta di FCA del 21 settembre 2020).

⁸⁰ Si veda doc. n. 167 (risposta di Mercedes-Benz del 15 ottobre 2020).

Il versante degli sviluppatori di app

59. L'attrattività di Android Auto per gli sviluppatori di *app* è testimoniata dalla numerosità delle *app* presenti su tale piattaforma, o che lo saranno in un prossimo futuro. Più in generale, emerge con chiarezza un forte interesse degli sviluppatori di *app* ad essere presenti sulle piattaforme Android Auto (ecosistema Android) e Apple CarPlay (ecosistema iOS).

60. Il numero di *app* presenti su Android Auto è nell'ordine delle migliaia (si veda paragrafo dedicato al confronto tra MirrorLink e Android Auto). Ad oggi, Android Auto non è ancora aperta alle *app* di navigazione (di terzi) e alle *app* per la ricarica elettrica; Google sta, infatti, mettendo a punto un nuovo *template* che dovrebbe consentire lo sviluppo di tali tipologie di *app* ma questo *template* è tuttora in versione *beta* e quindi, per definizione, incompleto e da testare. Ciò posto, l'attrattività di Android Auto per gli sviluppatori di *app* di navigazione e per la ricarica elettrica, è testimoniata del fatto che, utilizzando la versione *beta* del nuovo *template*, sei sviluppatori di *app* di navigazione (2GIS Listings, Sygic, T Map, TomTom AmiGO, Flitsmeister e iNavi Air) e quattro sviluppatori di *app* per la ricarica elettrica (PlugShare, ChargePoint, ChargeMap e EVMap) hanno sviluppato versioni *beta* delle rispettive *app*⁸¹.

61. Le *app* di navigazione che sono (anche) integrate nei sistemi di *infotainment* di alcuni modelli di auto, come TomTom o Sygic, sono altresì presenti su Apple CarPlay (che già ospita *app* di navigazione di soggetti terzi) e i loro sviluppatori sono *partner* di Google per la messa a punto di un modello di programmazione (*template*), non ancora disponibile, per *app* di navigazione di terzi⁸². Parimenti, le *app* per l'ascolto di musica che sono (anche) integrate nei sistemi di *infotainment* di alcuni modelli di auto, come Spotify e Deezer, che peraltro vantano milioni di utenti, sono altresì presenti su Android Auto e Apple CarPlay.

62. Anche i costruttori di auto, che pure decidono dei sistemi di *infotainment* delle proprie auto, quando sviluppano proprie *app* per offrire servizi ai clienti, le rendono compatibili con Android Auto: ciò è dimostrato dalle numerose collaborazioni di Google con i costruttori di auto per lo sviluppo di *app* disegnate *ad hoc* per Android Auto (si veda *infra* con riguardo alle cd. *custom app*). L'interesse di questa categoria di sviluppatori indica chiaramente il rilievo di Android Auto per arrivare agli utenti finali: infatti, le case automobilistiche potrebbero sviluppare *app* native nei propri sistemi di *infotainment* senza dover negoziare con alcun soggetto e, inoltre, sono interessate a raggiungere sottoinsiemi dei potenziali utenti finali, vale a dire quelli che posseggono auto da loro costruite.

63. Lo sviluppatore della *app* Radioplayer⁸³, *app* che aggrega diverse emittenti radio, ha spiegato di aver sviluppato le versioni per Android Auto, e analogamente per Apple CarPlay, ritenendo che la *app* dovesse essere facilmente accessibile in detti ambienti in quanto le case automobilistiche avevano cominciato a investire sull'interoperabilità dei propri sistemi di *infotainment* con Android Auto e Apple CarPlay. Inoltre, Radioplayer ha spiegato che le case automobilistiche tendono a mantenere il controllo dei relativi sistemi di *infotainment* e, pertanto, Radioplayer non sviluppa

⁸¹ Si veda memoria finale di Google del 24 marzo 2021.

⁸² Si veda *post* "New ways to reach more drivers on Android for cars" dell'11 agosto 2020 sul *blog* di Google (<https://android-developers.googleblog.com/2020/08/android-for-cars.html>, in doc. n. 194).

⁸³ Radioplayer Worldwide Ltd.

versioni compatibili con i singoli sistemi di *infotainment* ma piuttosto assiste le case automobilistiche nell'implementazione delle versioni "personalizzate" della *app*⁸⁴.

64. L'interesse degli sviluppatori di *app* appare quello di raggiungere gli utenti attraverso tutte le piattaforme che rappresentano uno *standard* di mercato. In tal senso, Android Auto, e analogamente Apple CarPlay, non emergono come alternative all'integrazione nei sistemi di *infotainment* delle auto ma piuttosto come complementari.

65. Pertanto, per gli sviluppatori di *app*, in particolare di quelle più frequentemente utilizzate alla guida, e cioè navigazione e *streaming* musicale, Android Auto e Apple CarPlay non emergono come piattaforme alternative rispetto all'integrazione nei sistemi di *infotainment* delle auto. Inoltre, Android Auto e Apple CarPlay svolgono la stessa funzione per ecosistemi separati, Android la prima iOS la seconda, e pertanto sono per definizione non sostituibili l'uno all'altro.

Le app compatibili con Android Auto

66. Per sviluppare *app* compatibili con Android Auto, gli sviluppatori utilizzano gli strumenti di programmazione resi disponibili da Google e non potrebbero utilizzarne altri. In altre parole, Google è la sola fonte degli strumenti di programmazione necessari per sviluppare *app* pubblicabili su Android Auto.

67. Google si trova, pertanto, nella posizione di decidere quali *app* possono essere presenti su Android Auto e quali no così frapponendosi tra gli sviluppatori e gli utenti finali (*gatekeeper*). Al riguardo, Google ha affermato che *"lo sviluppo della tecnologia di Android Auto è, nei fatti, una prerogativa di Google poiché è Google che ha messo a punto tale prodotto e ne cura l'evoluzione. Ciò posto, la medesima Google deve poter decidere quali e quante risorse allocare al prodotto Android Auto e quali priorità seguire nello sviluppo dei template"*⁸⁵.

68. Ai fini della pubblicazione su Google Play di *app* compatibili con Android Auto (pubblicazione di *app* su Android Auto), Google mette a disposizione degli sviluppatori soluzioni *"scalabili per intere categorie di app anziché per singole app"*⁸⁶. Tali soluzioni comprendono *Software Development Kit (SDK)*, linee guida e specifiche tecniche e definiscono *"modelli di applicazione generale"* denominati *template*. Come spiega la stessa Google *"[l]'obiettivo del template è quello di governare e semplificare la complessità e la diversità delle app, per renderle adeguate all'uso durante la guida ... I template per Android Auto portano ad una standardizzazione e semplificazione della grafica delle app e, se necessario, ad una limitazione delle funzionalità offerte (rispetto alla versione mobile delle app disponibile su Google Play)"*⁸⁷.

69. Le categorie di *app* per le quali Google ha reso disponibili *template* sono quelle di *media* (radio, *streaming musicale*, *podcast*, audiolibri) e di messaggistica. Inoltre, in taluni casi Google mette in campo collaborazioni con gli sviluppatori terzi per lo sviluppo di *app* specifiche che sono

⁸⁴ Si veda doc. n. 171 (risposta di Radioplayer Worldwide Ltd del 4 dicembre 2020).

⁸⁵ Si veda doc. n. 56 (verbale dell'audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019).

⁸⁶ Si veda doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

⁸⁷ Si veda doc. n. doc. n. 56 (verbale dell'audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019).

denominate *custom app* (*app* personalizzate)⁸⁸. Google parla di categorie *media*, *messaggistica* e *custom app* nelle pagine *web* dedicate agli sviluppatori⁸⁹.

70. Alla data del 30 giugno 2020 Google aveva sviluppato (in collaborazione con sviluppatori terzi) [20-30]* *app* personalizzate, di cui [20-30] con case automobilistiche e una sola con uno sviluppatore terzo. Questo ultimo caso riguarda la *app* di navigazione per la Corea del Sud denominata Kakao. Google ha spiegato che lo sviluppo di *custom app* richiede un notevole impiego di risorse e, pertanto, la selezione delle *app* da sviluppare come *custom app* avviene sulla base “*da un lato, della natura strategica della app in questione per la piattaforma Android Auto (ossia, della sua potenziale rilevanza e utilità per gli utenti) e, dall’altro, della disponibilità delle limitate risorse di Google che possono essere allocate ad Android Auto*”⁹⁰.

71. Su Android Auto sono presenti altresì le *app* Google Maps e Waze che, come noto, appartengono alla medesima Google. Tali *app* non sono state sviluppate sulla base di un *template* e, infatti, nelle linee guida non è menzionata la categoria delle *app* di navigazione⁹¹. L’unica altra *app* di navigazione presente su Android Auto è la menzionata Kakao che è, come detto, una *custom app*.

72. Nel mese di agosto 2020 Google ha annunciato l’apertura di Android Auto a nuove categorie di *app* e segnatamente *app* di navigazione (di soggetti terzi), *app* per il parcheggio e *app* per la ricarica di veicoli elettrici⁹². Google ha, in particolare, fatto riferimento alla collaborazione con alcuni *partner* per quella che la stessa Google definisce un’espansione dell’ecosistema Android Auto (“*Expanding Android Auto’s app ecosystem*”): Sygic per le mappe, SpotHero per i parcheggi e

⁸⁸ Si vedano doc. n. 23 (audizione di Google Italy del 16 luglio 2019), doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

⁸⁹ Nel corso di un’audizione Google ha mostrato “*le pagine internet di Android che contengono le linee guida per i programmatori per sviluppare app compatibili con Android Auto evidenziando che dette linee guida sono chiaramente distinte in due categorie, media e messaggistica. Viene altresì mostrata la pagina che contiene le linee guida per il design delle app su Android Auto che conferma le due categorie media e messaggistica e indica una terza categoria denominata “custom apps”. Questa riguarda app, diverse da media e messaggistica, la cui versione Android Auto viene sviluppata tramite una collaborazione con Google*” (doc. n. 23, verbale dell’audizione di Google Italy del 16 luglio 2019).

* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

⁹⁰ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

⁹¹ “[D]opo un massiccio collaudo volto a garantirne la sicurezza, Google ha sviluppato versioni di Google Maps e di Waze (ossia, delle sue due app di navigazione) compatibili con Android Auto. Queste ultime non costituiscono una terza categoria di app compatibili con Android Auto e, non a caso, le app di navigazione non sono neppure menzionate nelle linee guida disponibili” (doc. n. 36, memoria di Google Italy del 13 agosto 2019). “[A]l momento, Google Maps e Waze [su Android Auto, ndr] non sono basate su alcun template” (doc. n. 122, risposta di Google del 17 luglio 2020). Si veda altresì doc. n. 65 verbale dell’audizione di Enel X Italia del 17 dicembre 2019).

⁹² Si vedano *post* “*New ways to reach more drivers on Android for cars*” dell’11 agosto 2020 (<https://android-developers.googleblog.com/2020/08/android-for-cars.html>) e “*Introducing the Android for Cars App Library*” del 15 ottobre 2020 (<https://android-developers.googleblog.com/2020/10/introducing-android-for-cars-app-library.html>) sul *blog* dedicato agli sviluppatori (Android Developers Blog), in doc. n. 194.

Sullo sviluppo di un *template* per *app* di navigazione di terzi si vedano anche doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019), doc. n. 56 (verbale dell’audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019) e doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

PlugShare e Charge Point per la ricarica elettrica⁹³. In data 15 ottobre 2020 Google ha reso disponibile una versione *beta* del *template* per le nuove categorie di *app*⁹⁴.

73. Dalla documentazione depositata da Enel X Italia a supporto della propria segnalazione emerge che già nel mese di gennaio 2019 Google stava sviluppando un *template* per *app* di navigazione⁹⁵. Nel corso del procedimento la stessa Google ha a più riprese annunciato che stava sviluppando un *template* per *app* di navigazione⁹⁶. Da ultimo, nel mese di luglio 2020, Google ha spiegato che “*il template di navigazione di Google consentirà in futuro agli sviluppatori di app di permettere la prenotazione e il pagamento delle sessioni di ricarica di veicoli elettrici tramite le proprie app all’interno di Android Auto*”⁹⁷.

74. Una volta programmata secondo il *template* sviluppato da Google per una specifica categoria, la *app* pubblicata su Google Play diventa automaticamente disponibile anche su Android Auto, senza che lo sviluppatore debba compiere alcuna altra attività. Tuttavia, Google “*si riserva di verificare l’effettiva compatibilità della app caricata dallo sviluppatore*”⁹⁸. In effetti, le evidenze istruttorie danno conto del fatto che, nel caso di Enel X Italia e di altri due sviluppatori, Google abbia rifiutato la pubblicazione su Android Auto di *app* sviluppate secondo il *template* per *app* di messaggistica ma che perseguivano finalità diverse dalla messaggistica⁹⁹.

MirrorLink non è un’alternativa ad Android Auto

75. MirrorLink è una *smartphone projection app* ideata da un consorzio di case automobilistiche, costruttori di *smartphone* e costruttori di apparati elettronici per le auto (Car Connectivity Consortium) con lo scopo di creare una piattaforma di interoperabilità tra gli *smartphone* - in linea teorica per qualsivoglia sistema operativo - e i sistemi di *infotainment* delle auto. La mancata adesione di Apple al progetto di MirrorLink ha comportato che MirrorLink non possa funzionare sui dispositivi con sistema operativo iOS. Pertanto, in teoria, MirrorLink può funzionare solo sui dispositivi con sistema operativo Android - e dunque rappresentare un’alternativa rispetto ad Android Auto - o con i residui sistemi operativi che sono oggetto di licenza.

⁹³ Si veda *post* dell’11 agosto 2020 citato.

Sygie è una società che sviluppa *app* di navigazione (si veda sito *web* <sygie.com>), Spot Hero è una *app*, non disponibile in Italia, che consente la ricerca e la prenotazione di parcheggi (si veda sito *web* <spothero.com>), PlugShare è una *app* che consente la ricerca di punti di ricarica per veicoli elettrici nonché il pagamento delle sessioni di ricarica (si veda sito *web* <plugshare.com>), Charge Point è un *app* che consente la ricerca di punti di ricarica e l’avvio della sessione di ricarica (si veda sito <chargepoint.com/it-it/drivers/mobile/>).

⁹⁴ Si veda *post* “*Introducing the Android for Cars App Library*”

(<https://android-developers.googleblog.com/2020/10/introducing-android-for-cars-app-library.html>) sul *blog* dedicato agli sviluppatori (Android Developers Blog), in doc. n. 194.

⁹⁵ Si veda doc. DC5 (integrazione alla segnalazione di Enel X Italia del 3 aprile 2019) che contiene (tra l’altro) l’*e-mail* del 18 gennaio 2019 con la quale Google ribadisce a Enel X Italia che la *app* JuicePass (già Enel X Recharge) non può essere pubblicata su Android Auto.

⁹⁶ “*Google sta attualmente lavorando allo sviluppo di un template per le app di navigazione compatibili di terzi, e ritiene che lo stesso sarà disponibile nel corso del 2020*” (doc. n. 36, memoria di Google Italy del 13 agosto 2019). Si veda altresì doc. n. 56 (verbale dell’audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019).

⁹⁷ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

⁹⁸ Si veda doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

⁹⁹ I due altri sviluppatori erano [*Omissis*], che sviluppa applicazioni di *webinar* e teleconferenza, e lo sviluppatore di una *app* di gioco (si veda doc. n. 122, risposta di Google del 17 luglio 2020).

76. Come si vedrà nei paragrafi seguenti, l'adesione delle case automobilistiche e dei costruttori di *smartphone* al progetto MirrorLink è andata riducendosi nel tempo e la piattaforma non appare di particolare interesse nemmeno per gli sviluppatori di *app*. Inoltre, dal punto di vista degli sviluppatori di *app*, la piattaforma MirrorLink non emerge come alternativa ma piuttosto complementare ad Android Auto, confermandosi l'evidenza per cui gli sviluppatori di *app* perseguono una strategia di presenza su una pluralità di piattaforme al fine di rendere le proprie *app* massimamente fruibili da parte degli utenti. Pertanto, nei fatti, MirrorLink non costituisce un'alternativa ad Android Auto.

77. MirrorLink si differenzia in maniera sostanziale da Android Auto e Apple CarPlay per il fatto che essa, per funzionare, necessita non solo che i costruttori di automobili e gli sviluppatori di *app* scelgano di rendere i rispettivi sistemi di *infotainment* e le rispettive *app* compatibili, ma anche che, a monte, i costruttori di dispositivi mobili facciano un'analoga scelta. Diversamente, Android Auto e Apple CarPlay sono parte di due ecosistemi costruiti intorno ai sistemi operativi Android e iOS e sono, anzi, integrati in tali sistemi operativi; pertanto, i dispositivi mobili con sistema operativo Android o iOS sono automaticamente compatibili con Android Auto e Apple CarPlay. Nella sostanza, MirrorLink è una piattaforma che presenta un versante, quello dei costruttori di dispositivi mobili intelligenti, che è invece implicito in Android Auto e Apple CarPlay in quanto "contenuto" nei due sistemi operativi di riferimento¹⁰⁰.

78. Per quanto riguarda il versante dei costruttori di auto, i *brand* compatibili con MirrorLink sono 15: quelli del gruppo Volkswagen con l'esclusione di Audi (quindi Volkswagen, Skoda e Seat), quelli del gruppo PSA con l'esclusione di Opel (quindi Peugeot, Citroen e DS), quelli del gruppo Mercedes-Benz (Mercedes-Benz e Smart) nonché Buick, Chevrolet, Honda, Hyundai, Kia, Suzuki e Toyota¹⁰¹. Pertanto, i gruppi FCA e Renault non hanno sviluppato l'interoperabilità dei rispettivi sistemi di *infotainment* con MirrorLink. Nel complesso, i marchi automobilistici compatibili con MirrorLink rappresentano il 40% circa delle auto immatricolate in Italia¹⁰².

79. Inoltre, il gruppo PSA, che pure è membro del consorzio che ha sviluppato MirrorLink, sta progressivamente abbandonando la compatibilità con MirrorLink nelle versioni più avanzate del proprio sistema di *infotainment*: la compatibilità con MirrorLink non è stata mantenuta nelle versioni più recenti del sistema di *infotainment* e non è prevista nel futuro sistema di *infotainment* (in produzione a partire dalla metà del 2021). Su 16 modelli di auto elettriche prodotte 12 non prevedono la compatibilità con MirrorLink. Su 15 modelli di auto elettriche programmate 12 non prevedono la compatibilità con MirrorLink¹⁰³.

80. Per completezza, si rappresenta che le *smartphone projection app* possono essere utilizzate anche per gli apparati stereo per auto che abbiano sviluppato la relativa interoperabilità. Ciò posto, anche guardando alle scelte dei costruttori di apparati stereo per auto, si conferma la poca attrattività

¹⁰⁰ Un ulteriore versante, quello dei possessori di dispositivi mobili intelligenti, è implicito in ciascuna delle piattaforme indicate, vale a dire MirrorLink, Android Auto e Apple CarPlay, in quanto conseguenza diretta della scelta di un dispositivo (compatibile o meno con MirrorLink) ovvero del sistema operativo (Android o iOS).

¹⁰¹ La compatibilità dei marchi automobilistici con MirrorLink è stata verificata in data 23 settembre 2020 (in doc. n. 194).

¹⁰² La rilevazione UNRAE sulle immatricolazioni rilasciata nel mese di settembre 2020 (in doc. n. 194), metteva in evidenza che nel periodo gennaio-agosto 2019 i marchi automobilistici compatibili con MirrorLink rappresentavano il 38,79% mentre nel periodo gennaio-agosto 2020 il 40,36%.

¹⁰³ Si veda doc. n. 163 (risposta di PSA del 30 settembre 2020).

di MirrorLink rispetto ad Android Auto e Apple CarPlay che, anche in questo ambito, rappresentano *standard* di mercato: un solo costruttore (Pioneer) ha sviluppato l'interoperabilità dei propri apparati stereo con MirrorLink¹⁰⁴; 27 costruttori hanno sviluppato l'interoperabilità dei propri apparati stereo con Android Auto¹⁰⁵; 7 costruttori hanno sviluppato l'interoperabilità dei propri apparati stereo con Apple CarPlay¹⁰⁶.

81. Per quanto concerne il versante costruttori di dispositivi mobili, i *brand* compatibili con MirrorLink sono 5: Fujitsu, HTC, Huawei, LG e Sony¹⁰⁷. Samsung, che pure è membro del consorzio che ha sviluppato MirrorLink, ha dismesso MirrorLink a partire dal primo giugno 2020¹⁰⁸. Una casa automobilistica ed Enel X Italia hanno, inoltre, rilevato che MirrorLink non è compatibile con i più recenti modelli di *smartphone* (vedi *infra*).

82. Per quanto concerne il versante degli sviluppatori di *app*, emerge con tutta evidenza che il numero di *app* su Android Auto e su Apple CarPlay sia superiore rispetto a MirrorLink. Le *app* compatibili con MirrorLink sono 45¹⁰⁹. Su MirrorLink non sono presenti Google Maps e Waze.

83. Dalla pagina *web* dedicata risulta che le *app* presenti su Android Auto sono 242¹¹⁰ per le quali sono indicate le seguenti categorie: *app* di musica; sport, radio e notizie in diretta; comunicazione in viva voce; audiolibri e *podcast*¹¹¹. Tuttavia, nel corso dell'istruttoria Google ha affermato che le *app* disponibili su Android Auto sono "migliaia"¹¹²; in effetti, in un *post* del mese di agosto 2020, Google ha affermato che su Android Auto erano disponibili oltre 3.000 *app*¹¹³. Nel mese di agosto 2020 Google ha altresì annunciato l'apertura di Android Auto a nuove categorie di *app* e segnatamente *app* di navigazione (di soggetti terzi) e *app* per il parcheggio e per la ricarica di veicoli

¹⁰⁴ Si veda <https://mirrorlink.com/car%20audio>. La compatibilità degli apparati stereo per auto con MirrorLink è stata verificata in data 3 febbraio 2021 (in doc. n. 194).

¹⁰⁵ La compatibilità degli apparati stereo per auto con Android Auto è stata verificata in data 17 settembre 2020 (in doc. n. 194).

¹⁰⁶ La compatibilità degli apparati stereo per auto con Apple CarPlay è stata verificata in data 17 settembre 2020 (in doc. n. 194).

¹⁰⁷ La compatibilità dei marchi di dispositivi mobili con MirrorLink è stata verificata in data 23 settembre 2020 (in doc. n. 194).

¹⁰⁸ Si veda articolo "*Samsung dice addio ad alcuni servizi di bordo per fare spazio ad Android Auto*" sul sito <tuttoandroid.net> (in doc. n. 194). Si veda, inoltre, doc. n. 157 (risposta di Enel X Italia del 25 settembre 2020).

¹⁰⁹ Si veda <https://mirrorlink.com/apps>. La verifica è stata effettuata in data 3 febbraio 2021 sul sito di MirrorLink (in doc. n. 194). Nello specifico sul sito sono elencate 48 *app* di cui una è ripetuta due volte (HTC Auto), una è dismessa (Car Mode che consentiva la compatibilità con i *device* Samsung) e una (Rock Scout) consente l'uso di *app* musica e audio per apparati Android (sono state conteggiate le singole *app* musica e audio accessibili tramite Rock Scout).

¹¹⁰ Si veda

<https://play.google.com/store/apps/collection/cluster?clp=6gsmCiQKHnByb21vdGlvb19hbmRyb2lkYXV0b19jYXRjaGFsbBBKGAM%3D:S:ANO1ljIBDG8&gsr=CinqCyYKJAoecHJvbW90aW9uX2FuZHZHvaWRhdXRvX2NhdGNoYWxsEEoYAw%3D%3D:S:ANO1ljKrE0w&jsmode=du> (pagina *web* verificata in data 3 febbraio 2021, in doc. n. 194).

¹¹¹ Si veda

https://play.google.com/store/apps/editorial_collection/promotion_topic_3003388_androidauto_baselist?jsmode=du (pagine *web* verificata in data 3 febbraio 2021, in doc. n. 194). Viene altresì indicato un gruppo di *app* con lo *slogan* "*Android Auto Essentials. Browse our best apps*" che contiene una selezione di *app* appartenenti alle altre categorie.

¹¹² Si veda doc. n. 56 (verbale dell'audizione di Google Italy e Google LL del 13 novembre 2019).

¹¹³ Si tratta del medesimo *post* con il quale Google ha annunciato l'apertura di Android Auto a nuove categorie di *app*.

elettrici (si vedano *post* dell'11 agosto e del 15 ottobre 2020 sul *blog* dedicato agli sviluppatori, Android Developers Blog)¹¹⁴.

84. Il numero di *app* risulta molto ampio anche su Apple CarPlay, che rappresenta un *benchmark* per valutare l'attrattività di MirrorLink, pur appartenendo a un ecosistema separato e distinto rispetto a quello di Android. Sulla pagina *web* dedicata si legge “*Fai salire a bordo tante altre app. CarPlay è compatibile con diverse applicazioni che hai sull’iPhone, come quelle per inviare messaggi, telefonare o ascoltare musica. In più puoi usarlo con nuove categorie di app di altri sviluppatori, per esempio quelle per trovare parcheggio, caricare i veicoli elettrici e ordinare cibo a domicilio. Anche le app sviluppate dalle case automobilistiche sono compatibili: così puoi gestire ancora più funzioni dell’auto senza uscire da CarPlay. ... E oggi gli sviluppatori hanno a disposizione tanti strumenti e template per creare nuove app: i modi intelligenti e sicuri di usare il tuo iPhone in auto saranno sempre di più.*”¹¹⁵ Con specifico riferimento alle mappe, su CarPlay sono disponibili, oltre alle mappe di Apple, anche Google Maps, Waze, TomTom e le mappe di Sygic.

85. L'attitudine degli sviluppatori di *app* rispetto alla piattaforma MirrorLink può anche essere inferita dall'osservazione della strategia di alcune *app* particolarmente diffuse come Spotify e Deezer (*streaming* musicale), Stitcher (*podcast*), e Sygic (navigazione) le quali sono sì presenti su MirrorLink ma anche su Android Auto¹¹⁶, Apple CarPlay e sui sistemi di *infotainment* di alcuni marchi di auto¹¹⁷. Ciò appare riconducibile alla strategia, sopra evidenziata, di presenza su una pluralità di piattaforme così da poter essere massimamente fruibili da parte degli utenti. In tal senso, la presenza su MirrorLink non appare alternativa a quella su Android Auto ma piuttosto complementare.

86. La minore attrattività di MirrorLink è stata altresì confermata dai costruttori di auto interpellati i quali ne evidenziano le limitate applicazioni e possibilità di utilizzo. Nello specifico:
- PSA sta progressivamente abbandonando la compatibilità con MirrorLink, che non sarà affatto presente nel futuro sistema di *infotainment* (in produzione a partire da metà 2021) in quanto *[omissis]*¹¹⁸;

¹¹⁴ “*New ways to reach more drivers on Android for cars*” dell'11 agosto 2020 (<https://android-developers.googleblog.com/2020/08/android-for-cars.html>) e “*Introducing the Android for Cars App Library*” del 15 ottobre 2020 (<https://android-developers.googleblog.com/2020/10/introducing-android-for-cars-app-library.html>), in doc. n. 194.

¹¹⁵ Si veda <https://www.apple.com/it/ios/carplay/> (pagina *web* verificata in data 17 settembre 2020, in doc. n. 194).

¹¹⁶ Ad oggi, Android Auto non ospita *app* di navigazione di terzi. Tuttavia, l'interesse di Sygic ad essere presente su Android Auto è dimostrato dal fatto che questo sviluppatore ha collaborato con Google per la definizione di un nuovo *template* per *app* di navigazione (ancora in versione *beta*).

¹¹⁷ Spotify è disponibile sui sistemi di *infotainment* di alcuni modelli di auto dei marchi BMW, Buick, Cadillac, Chevrolet, GMC, MINI, Polestar, Tesla e Volvo (<https://spotify-everywhere.com/collections/car-audio>, pagina *web* verificata in data 3 febbraio 2021, in doc. n. 194). Deezer è disponibile sui sistemi di *infotainment* di alcuni modelli di auto dei marchi BMW, MINI nonché su FIAT 500X e Jeep Renegade (<https://www.deezer.com/it/devices/cars>, pagina *web* verificata in data 3 febbraio 2021, in doc. n. 194). Stitcher è integrata in più di 50 modelli di auto dei marchi GM, Ford, BMW, MINI, Jaguar, Land Rover, Volvo, Mazda, Subaru and altri (<https://www.stitcher.com/download#/>, pagine *web* verificata in data 3 novembre 2020, in doc. n. 194). Le mappe e i sistemi di navigazione sviluppati da Sygic sono disponibili sui modelli di auto connesse che adottano le tecnologie Smart Device Link, InControl (Land Rover) e HondaLink (<https://www.sygic.com/enterprise/use-case/automotive>, pagina *web* verificata in data 3 novembre 2020, in doc. n. 194). Smart Device Link consente agli sviluppatori di programmare *app* compatibili con i sistemi di *infotainment* di auto connesse senza che siano interessati i produttori di *smartphone*; Smart Device Link fa capo ad un consorzio i cui membri sono le case automobilistiche Ford, Suzuki, Toyota, Madza e Subaru (<https://www.smartdevicelink.com/>).

¹¹⁸ Si veda doc. n. 163 (risposta di PSA del 30 settembre 2020).

- Renault, che non offre sui propri veicoli la compatibilità con MirrorLink, ha spiegato di *[omissis]*¹¹⁹;
- Volkswagen rileva che MirrorLink *[omissis]*¹²⁰;
- FCA, che non offre la compatibilità con MirrorLink, ritiene che *[omissis]*¹²¹;
- per quanto concerne Mercedes-Benz, *[omissis]*¹²².

87. Enel X Italia ritiene che la piattaforma MirrorLink non garantisca il livello di servizio e la diffusione cercati presso gli utenti¹²³. In particolare, Enel X Italia ha evidenziato che: *(i)* il numero di (modelli di) *smartphone* che supportano MirrorLink è limitato e che si tratta per lo più di modelli datati; *(ii)* “*i consumatori hanno da sempre lamentato problemi di connessione tra i telefonini e i sistemi di infotainment*”; *(iii)* il sistema di comandi vocali (per i messaggi di testo) è “*rudimentale*”; *(iv)* MirrorLink non supporta alcune tra le *app* più diffuse e utilizzate tra cui Google Maps e Waze¹²⁴.

Sistemi operativi per unità di infotainment: Android Automotive Operating System

88. Le *smartphone projection app* sono distinte dai sistemi operativi che gestiscono gli apparati di *infotainment* delle auto. I sistemi di *infotainment* comprendono componenti *hardware* e *software* che consentono all’utente di interfacciarsi con alcune strumentazioni dell’auto, quali il *display* e i comandi sul volante, al fine di accedere a informazioni sul funzionamento dell’auto e a servizi di informazione e intrattenimento, quali applicazioni di navigazione e radio¹²⁵. Le *smartphone projection app* rappresentano, invece, l’interfaccia tra lo *smartphone* e i sistemi di *infotainment* al fine di consentire un uso facile e sicuro di alcune *app* alla guida, anche attraverso i comandi dell’auto.

89. Il panorama dei sistemi operativi per gli apparati di *infotainment* delle auto appare piuttosto variegato, con costruttori che hanno optato per modelli proprietari¹²⁶, costruttori che si sono affidati alle soluzioni di mercato¹²⁷ e costruttori che hanno adottato un modello misto che unisce un’attività interna a interventi di fornitori esterni¹²⁸. La varietà delle soluzioni disponibili è stata evidenziata dalla stessa Google che ha altresì sottolineato come i costruttori di auto possano utilizzare soluzioni diverse per diversi modelli di auto¹²⁹. L’adozione di una varietà di sistemi operativi per gli apparati

¹¹⁹ Si veda doc. n. 162 (risposta di Renault del 29 settembre 2020).

¹²⁰ Si veda doc. n. 161 (risposta di Volkswagen del 25 settembre 2020).

¹²¹ Si veda doc. n. 156 (risposta di FCA del 24 settembre 2020).

¹²² Si veda doc. n. 167 (risposta di Mercedes-Benz del 15 ottobre 2020). MBUX (Mercedes-Benz User eXperience) è un’interfaccia di intelligenza artificiale, lanciata con la Mercedes Classe A 2018.

¹²³ Si veda doc. n. 157 (risposta di Enel X Italia del 25 settembre).

¹²⁴ I limiti di MirrorLink emergono, secondo Enel X Italia, da numerose fonti *online* tra le quali viene citato l’articolo “*Why did MirrorLink fail?*” (<https://www.carexpert.com.au/car-news/why-did-mirrorlink-fail>, [in doc. n. 194](#)).

¹²⁵ Si vedano doc. n. 125 (risposta di Mercedes-Benz del 20 luglio 2020), doc. n. 131 (risposta di PSA del 29 luglio 2020), doc. n. 133 (risposta di Volkswagen del 3 agosto 2020), doc. n. 135 (risposta di Renault del 4 agosto 2020) e doc. n. 155 (risposta di FCA del 21 settembre 2020). Si veda altresì doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

¹²⁶ Si veda doc. n. 125 (risposta di Mercedes-Benz del 20 luglio 2020).

¹²⁷ Si vedano doc. n. 133 (risposta di Volkswagen del 3 agosto 2020) e doc. n. 155 (risposta di FCA del 21 settembre 2020).

¹²⁸ Si veda doc. n. 135 (risposta di Renault del 4 agosto 2020) e doc. n. 131 (risposta di PSA del 29 luglio 2020).

¹²⁹ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

di *infotainment* per i diversi modelli o per le diverse classi di modelli emerge anche dalle risposte dei gruppi automobilistici interpellati (in particolare, Volkswagen, FCA, Renault e PSA).

90. Google ha di recente introdotto Android Automotive Operating System ovvero un sistema operativo (basato su Android) per gestire l'apparato (*hardware*) di *infotainment* delle auto¹³⁰. Android Automotive Operating System è stato annunciato nel corso del 2019 mentre il primo modello di auto che adotta Android Automotive Operating System (Volvo Polestar 2) è stato immesso in commercio nel 2020.

91. Google ha riferito di quattro costruttori automobilistici – segnatamente Volvo, General Motor, FCA e la *partnership* Renault-Nissan-Mitsubishi – che hanno espresso pubblicamente l'intenzione di adottare Android Automotive Operating System per alcuni modelli (Volvo per il modello Polestar 2, lanciato nella seconda metà del 2020, e General Motor a partire dal 2021). Inoltre, secondo alcune notizie, in futuro anche BMW e Volkswagen potrebbero utilizzare Android Automotive Operating System¹³¹.

92. Anche nel caso in cui la casa automobilistica decida di adottare Android Automotive Operating System, sta alla stessa casa automobilistica decidere se consentire o non consentire l'interoperabilità dei sistemi di *infotainment* con Android Auto. “*Spetta agli OEM decidere se i propri veicoli incorporeranno un supporto che consenta di proiettare il contenuto dello schermo dello smartphone. Per esempio, un OEM può decidere che la sua versione di AAOS non supporti Android Auto, ma piuttosto Apple CarPlay*”¹³².

93. Peraltro, Google ha sviluppato una versione di Google Play per Android Automotive Operating System e la concede in licenza ai costruttori che decidano di utilizzarla (con Android Automotive Operating System). La versione di Google Play per Android Automotive Operating System è stata pensata con l'obiettivo di garantire la sicurezza alla guida dell'utente e, pertanto, differisce da quella per *smartphone* e *tablet*, anche se si basa su quest'ultima. In particolare, gli sviluppatori devono creare due versioni di una stessa *app*, una per ciascun *app store* considerato; inoltre, Google Play per Android Automotive Operating System contiene qualche decina di *app* (circa trenta alla data del 17 luglio 2020) a fronte dei circa tre milioni di Google Play Store per Android (*smartphone* e *tablet*).

94. Google ha messo a punto un *template* (ovvero un *kit* di strumenti di programmazione basati un modello predefinito di *app*) per *app* di *media* compatibili con Android Automotive Operating System; tale *template* si basa sul corrispondente *template* per Android Auto e può essere personalizzato dalla casa automobilistica. Inoltre, Google ha sviluppato una versione di Google Maps per Android Automotive Operating System e ritiene molto probabile che, dopo la messa a punto di un *template* per *app* di navigazione di terzi per Android Auto (che era prevista entro la fine

¹³⁰ Secondo la tempistica ricostruita nella perizia allegata all'istanza di Enel X Italia di adozione di misure cautelari (doc. n. 73), Android Automotive Operating System è stato annunciato da Google nel mese di marzo 2017 e le interfacce (API) per lo sviluppo di *app* compatibili sono state rilasciate nel mese di aprile 2019. In effetti, Google ha affermato di aver modificato in data 3 maggio 2019 le linee guida per sviluppo di *app* per le piattaforme auto di Android proprio per introdurre “*la prima volta un riferimento ad Android Automotive OS, al fine di familiarizzare gli sviluppatori a tale nuovo sistema operativo ad oggi non ancora disponibile, ma che potrebbe essere lanciato già nel corso del 2019*” (doc. n. 25, risposta di Google del 30 luglio 2019).

¹³¹ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

¹³² Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

del 2020) un analogo *template* possa essere importato su Android Automotive Operating System in un breve lasso di tempo¹³³.

95. Per quanto concerne la connessione dati utilizzata dalle *app* presenti su Android Automotive Operating System, Google ha spiegato che generalmente le *app* usano la connessione dati dell'auto. In ogni caso, sono i costruttori di auto a decidere se le *app* devono utilizzare la connessione dati dello *smartphone* ovvero quella dell'auto¹³⁴.

96. Su Android Automotive Operating System la messaggistica SMS e le chiamate possono essere utilizzate tramite i comandi vocali. Google ha previsto, inoltre, di rendere disponibile "Actions on Google" su Android Automotive Operating System nel corso del 2020 cosicché le *app* di *media* e di messaggistica possano essere utilizzate anche tramite Google Assistant e le "[a]pp di Google come Google Maps consent[ano] all'utente di effettuare tramite comandi vocali ricerche relative alla navigazione"¹³⁵.

97. Fermo restando che Android Automotive Operating System e Android Auto sono prodotti diversi l'uno dall'altro e rispondono, dal punto di vista delle case automobilistiche, a funzioni d'uso diverse, dal punto di vista degli sviluppatori essi rappresentano prodotti comparabili in quanto in entrambi i casi Google definisce e rende disponibili strumenti per la programmazione di *app*. Come evidenziato, anche per Android Automotive Operating System, Google ha definito un *template* per le *app* di *media* (contenuti audio), derivato dal corrispondente *template* per Android Auto; inoltre, Google ritiene molto probabile che essa definirà un *template* per *app* di navigazione per Android Automotive Operating System dopo che avrà definito il corrispondente *template* per Android Auto. Inoltre, nelle pagine dedicate agli sviluppatori intitolate "Android for Cars", sono trattati sia gli strumenti di programmazione per Android Auto sia quelli per Android Automotive Operating System¹³⁶.

Le app di servizi connessi alla ricarica elettrica

La fase di sviluppo della mobilità elettrica

98. Nel corso del procedimento Enel X Italia ha evidenziato che le vendite di veicoli elettrici attraversano una fase di sviluppo sostenuta, oltre che dagli investimenti delle case automobilistiche, anche da una regolamentazione più stringente in materia di emissioni delle autovetture e dei veicoli

¹³³ "Google ha sviluppato versioni di Google Maps (per AAOS e Android Auto) e Waze (solo per Android Auto) che possono essere utilizzate in sicurezza nei veicoli. Queste versioni sono disponibili su Google Play. Come è noto all'Autorità, Google sta sviluppando un template per le app di navigazione di terzi per Android Auto con l'obiettivo di garantire la sicurezza del conducente. Google prevede che tale template sia pronto entro la fine del 2020. Molto probabilmente, poco dopo Google importerà tale template su AAOS, anche se i relativi lavori non sono ancora stati avviati. In alternativa, le app di navigazione possono (già ora) essere pre-installate direttamente dall'OEM, se soddisfano i requisiti fissati da tale OEM" (doc. n. 122, risposta di Google del 17 luglio 2020, nota 22).

¹³⁴ "Spetta agli OEM decidere se AAOS e le app disponibili debbano utilizzare la connessione dati fornita dagli operatori di telecomunicazione mobile all'automobile o al dispositivo mobile collegato al veicolo. Se l'auto dispone di una connessione dati, le app su AAOS utilizzano generalmente tale connessione dati. Tuttavia, gli OEM possono anche abilitare l'automobile a utilizzare la connessione dati del dispositivo mobile quando quest'ultima è disponibile (ad esempio, tramite il c.d. tethering alla connessione dati dello smartphone)" (doc. n. 122, risposta di Google del 17 luglio 2020).

¹³⁵ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

¹³⁶ Si veda <https://developer.android.com/cars>, pagina web verificata in data 7 dicembre 2020, in doc. n. 194.

commerciali leggeri¹³⁷ e da incentivi pubblici all'acquisto di veicoli elettrici¹³⁸. Secondo la società *“in Europa siamo alla vigilia di una vera e propria rivoluzione del trasporto, se si considera che tutte le principali case automobilistiche hanno presentato i modelli elettrici delle proprie autovetture e nella primavera 2020 saranno in grado di consegnare i veicoli ai consumatori”*¹³⁹.

99. I dati sulle immatricolazioni di auto ibride *plug-in* e elettriche, diffusi dall'UNRAE (Tabella 1), danno conto di una crescita significativa per tali tipologie di auto nel 2019 rispetto al 2018 (+79%) e, più marcatamente, nei primi dieci mesi del 2020 rispetto all'intero 2019 (+113%). Le auto elettriche e ibride *plug-in* restano ancora una categoria residuale: nel periodo di maggiore crescita osservato, cioè i primi dieci mesi del 2020, le immatricolazioni di interesse sono state 36.529 a fronte di un totale di 1.131.466. Tuttavia, il peso delle auto elettriche e ibride *plug-in* è in crescita: più 0,5% nel 2018, più 0,9% del 2019, più 3,2% nei primi dieci mesi del 2020.

Tabella 1 – Immatricolazioni di auto ibride *plug-in* ed elettriche in Italia

	2018	2019	Gennaio- ottobre 2020	Variazione % 2019 vs 2018	Variazione % Gen.-ott. 2020 vs 2019
Auto ibride <i>plug-in</i>	4.569	6.498	16.080	42%	147%
Auto elettriche	4.996	10.661	20.449	113%	92%
Auto elettriche e ibride <i>plug-in</i>	9.565	17.159	36.529	79%	113%
% auto elettriche e ibride <i>plug-in</i> su totale immatricolazioni	0,5%	0,9%	3,2%		
Totale immatricolazioni	1.909.952	1.916.222	1.131.466		

Fonte: Elaborazioni su dati UNRAE - Analisi del mercato autoveicoli in Italia, Anni 2018 e 2019, e Struttura del mercato, Ottobre 2020

100. Secondo Enel X Italia, la primavera del 2020 avrebbe dovuto segnare l'inizio di una fase di significativa crescita nelle vendite di auto elettriche in Italia posto che le case automobilistiche, oltre a consegnare le vetture elettriche prenotate nel 2019, avrebbero presentato nuovi modelli nel corso del 2020; inoltre, per il 2020 era prevista una significativa crescita delle vendite di auto elettriche e ibride *plug-in* a livello europeo¹⁴⁰. Per effetto dell'emergenza sanitaria Covid-19 e delle misure di

¹³⁷ Il 1° gennaio 2020 è entrato in vigore il Regolamento (UE) 2019/631 che fissa limiti stringenti in capo ai produttori in termini di emissioni medie della flotta di veicoli nuovi immatricolati in un dato anno, per il periodo 2020-2030.

¹³⁸ Si veda doc. n. 73 (istanza di Enel X Italia di adozione di misure cautelari del 20 febbraio 2020).

¹³⁹ Si veda doc. n. 49 (comunicazione di Enel X Italia del 30 ottobre 2019). Si veda altresì doc. n. 43 (verbale dell'audizione di Enel X Italia del 10 ottobre 2019) dove si legge: *“la diffusione di veicoli elettrici sta fortemente accelerando”* e inoltre *“è declinata significativamente e si sta avvicinando al livello minimo l'incidenza del valore della batteria sul valore complessivo di un'auto elettrica: si tratta di un fatto di rilievo posto che nelle prime fasi di commercializzazione di auto elettriche il costo delle batterie ha inciso molto sul costo di produzione e sul prezzo di vendita delle auto elettriche”*.

¹⁴⁰ Si veda doc. n. 73 (istanza di Enel X Italia di adozione di misure cautelari del 20 febbraio 2020). Sulla previsione di crescita delle vendite di veicoli elettrici Enel X Italia cita la fonte Bloomberg e in particolare l'articolo *“Europe Gains Ground in Global Race to Sell Electric Cars”* del 12 dicembre 2019 (<https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-12-12/europe-gains-ground-in-global-race-to-sell-electric-cars>, in doc. n. 194).

contenimento adottate, secondo Enel X Italia, l'inizio della fase di significativa crescita delle vendite di auto elettriche, è slittata tra la fine del 2020 e i primi mesi del 2021¹⁴¹.

101. Le case automobilistiche interpellate nell'istruttoria hanno dato conto non solo della messa in commercio e della programmazione di numerosi modelli di auto elettriche (*full electric* e *plug-in hybrid*) ma anche dell'aspettativa, condivisa nel settore, che il quinquennio 2020-2025 sarà quello di svolta nella diffusione delle auto elettriche. In particolare, è stato citato uno studio del 2019 del Politecnico di Milano¹⁴² nel quale vengono individuati tre scenari di sviluppo della mobilità elettrica (base, moderato e accelerato) in termini di numero di veicoli elettrici circolanti e peso percentuale di veicoli elettrici sulle nuove immatricolazioni (si veda Figura 4) e si afferma che “[i]n tutti e tre scenari, l'impatto «vero» dei veicoli elettrici inizia a vedersi intorno al 2025 – coerentemente con quanto previsto all'interno della bozza di PNIEC [Piano Nazionale Integrato per l'Energia e il Clima, ndr] – cui segue un periodo di crescita molto sostenuta tra il 2025 e il 2030”. Secondo le case automobilistiche i principali fattori che determineranno tale crescita vanno ricercati nella regolamentazione europea per il contenimento delle emissioni di anidride carbonica, negli incentivi all'acquisto di auto elettriche e in un'evoluzione dei comportamenti di acquisto e consumo a favore della mobilità elettrica¹⁴³.

¹⁴¹ Si veda doc. n. 81 (integrazione all'istanza di adozione di misure cautelari di Enel X Italia).

Secondo lo Smart Mobility Report dell'ottobre 2020 di Energy & Strategy Group, disponibile *online* previa registrazione (https://www.energystrategy.it/assets/files/SMR_20_webdef29_10.pdf), “[n]onostante un mercato auto complessivamente in calo, il mercato delle auto elettriche si è confermato in crescita. Infatti, le immatricolazioni di auto elettriche (BEV e PHEV) hanno pesato per oltre il 3% del totale, (+2% rispetto allo stesso periodo del 2019) pari a quasi 30 mila auto elettriche immatricolate nei primi nove mesi del 2020 (+155% rispetto allo stesso periodo del 2019)”.

¹⁴² Studio “Smart Mobility Report” del settembre 2019 di Energy & Strategy Group, disponibile *online* previa registrazione (https://www.energystrategy.it/assets/files/SMR_19_web_v2.pdf).

¹⁴³ In particolare, i gruppi automobilistici hanno rappresentato quanto di seguito riportato. Mercedes-Benz ritiene che la mobilità elettrica sia destinata a crescere nei prossimi anni “sia per l'evoluzione dei comportamenti d'acquisto dei clienti, sia per gli incentivi di vario tipo collegati alla mobilità elettrica di cui è attualmente possibile usufruire”; la società ha, inoltre, richiamato lo studio del Politecnico di Milano secondo il quale gli effetti della fase di crescita di vendite di auto elettriche si vedranno nel 2025 (si veda doc. n. 125, risposta di Mercedes-Benz del 20 luglio 2020).

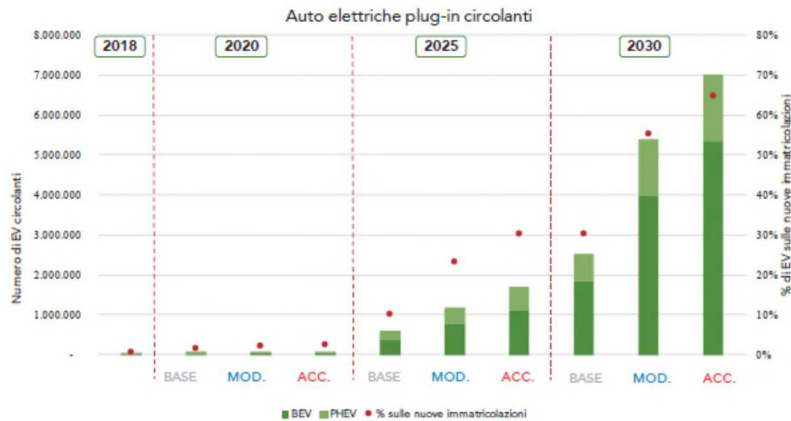
PSA ritiene che lo sviluppo della mobilità elettrica in Italia sarà, nei prossimi anni, sostenuto dalla necessità delle case automobilistiche di rispettare i limiti alle emissioni di anidride carboniche (CAFE – *Corporate Average Fuel Economy*) imposti dalla normativa europea; la società ha, inoltre, citato un rapporto dell'UNRAE che prevede per il 2020 una crescita delle immatricolazioni del 97% per le auto ibride *plug-in* e del 127% per le auto a batteria, tenuto conto del rallentamento della crescita nel primo semestre dell'anno (si veda doc. n. 131, risposta di PSA del 29 luglio 2020).

Renault evidenzia come nel primo semestre 2020 le vendite di veicoli elettrici abbiano fatto registrare una significativa crescita rispetto allo stesso periodo del 2019, pure a fronte di un drastico calo per le alimentazioni tradizionali, attribuendo il diverso *trend* agli incentivi pubblici per l'acquisto di auto elettriche e a “una crescente sensibilità della clientela” a favore della mobilità elettrica; secondo Renault il *trend* di crescita è destinato a continuare nei prossimi anni in ragione del rafforzamento degli incentivi pubblici all'acquisto, degli obiettivi CAFE fissati a livello europeo, delle misure di restrizione al traffico nei centri città e dell'orientamento nell'offerta delle case automobilistiche a favore di modelli elettrici (si veda doc. n. 135, risposta di Renault del 4 agosto 2020).

FCA rappresenta che “[p]er il 2026, i maggiori analisti prevedono una penetrazione sul mercato dei veicoli Plug-In (BEV e PHEV) tra il 23% ed il 30%”, a livello europeo, e che, con riferimento all'Italia, vi è “una previsione di crescita costante della quota di mercato fino al 24% nel 2025 (equivalente a circa 440.000 veicoli Plug-In (BEV e PHEV) venduti in quell'anno”]; il principale *driver* della crescita delle vendite di veicoli elettrici va ricercato nei vincoli per i livelli massimi di emissione di anidride carbonica fissati dalla regolamentazione europea, vincoli che non sono stati allentati in conseguenza dell'emergenza sanitaria; in alcuni Paesi, tra cui l'Italia, sono, inoltre, previsti incentivi pubblici all'acquisto di auto elettriche, eventualmente combinati a quelli per la rottamazione di auto con motore termico (si veda doc. n. 155, risposta di FCA del 21 settembre 2019).

Volkswagen cita le previsioni di crescita delle vendite di auto elettriche contenute nello studio del Politecnico di Milano e osserva che le medesime vendite hanno mostrato un *trend* positivo fin dal 2017, pure a fronte di una contrazione del settore nel suo complesso; la casa automobilistica ritiene che “la mobilità elettrica non sia destinata a rimanere una “nicchia” di

Figura 4 – Scenari di crescita delle immatricolazioni di veicoli elettrici in Italia



Fonte: “Smart Mobility Report” di Energy & Strategy Group, Settembre 2019

102. Per quanto concerne la ricarica elettrica è stato evidenziato che l’accessibilità a punti di ricarica pubblici o pubblicamente accessibili¹⁴⁴ costituisce un fattore centrale per garantire un’esperienza di guida adeguata e, dunque, un *driver* per lo sviluppo della mobilità elettrica. Infatti, la presenza di una rete di infrastrutture di ricarica sufficientemente capillare e facilmente accessibile e fruibile è fondamentale per fronteggiare quella che viene denominata “ansia da ricarica” e che costituisce uno dei maggiori ostacoli alla diffusione della mobilità elettrica dal punto di vista dei consumatori/utenti, unitamente al costo di acquisto delle auto elettriche¹⁴⁵.

103. Al riguardo, FCA ha affermato che “[è] perciò fondamentale che gli strumenti di navigazione e le APP per smartphone consentano di individuare le colonnine effettivamente disponibili nel network a cui è abbonato l’utente” così affermando non solo la rilevanza delle informazioni sulla effettiva accessibilità delle colonnine di ricarica ma anche la sostituibilità a tale scopo delle app specializzate e dei servizi di navigazione¹⁴⁶. Volkswagen ha richiamato lo studio del Politecnico di Milano evidenziando (tra l’altro) come da una *survey* condotta presso gli utenti emerge che “il principale driver nella scelta di quale punto di ricarica utilizzare è la localizzazione del punto di

mercato, ma sta diventando una componente fondamentale della mobilità del futuro”; Volkswagen afferma altresì che, secondo la propria “TOGETHER Strategy 2025”, il Gruppo Volkswagen “intende investire significativamente nella mobilità elettrica e nell’intelligenza artificiale”; la società traccia altresì un quadro di incentivi e agevolazioni previsti in Italia per l’acquisto di auto elettriche: cd. “ecobonus”, incentivi regionali e della città di Milano, agevolazioni sulla tassa di circolazione, accesso agevolato a parcheggi e zone a traffico limitato, incentivi previsti dal cd. Decreto Rilancio, cd. “ecotassa” (che è un disincentivo all’acquisto di vetture con emissioni superiori ad una data soglia). Si veda doc. n. 133 (risposta di Volkswagen del 3 agosto 2020).

¹⁴⁴ Nel gergo di settore, i punti di ricarica pubblici (situati lungo le strade) o pubblicamente accessibili (ad esempio, quelli situati nell’area dei centri commerciali o dei parcheggi) vengono contrapposti a quelli privati, quali quelli situati presso il domicilio degli utenti o presso il posto di lavoro (con accesso limitato ai dipendenti).

¹⁴⁵ Si vedano doc. n. 44 (risposta di Enel X Italia del 22 ottobre 2019), doc. n. 125 (risposta di Mercedes-Benz del 20 luglio 2020), doc. n. 131 (risposta di PSA del 29 luglio 2020), doc. n. 135 (risposta di Renault del 4 agosto 2020), doc. n. 133 (risposta di Volkswagen del 3 agosto 2020) e doc. n. 155 (risposta di FCA del 21 settembre 2020).

¹⁴⁶ Si veda doc. n. 155 (risposta di FCA del 21 settembre 2020).

ricarica lungo il percorso che porta alla località di destinazione finale, mentre il prezzo gioca un ruolo minoritario”¹⁴⁷.

La filiera della ricarica elettrica

104. Secondo la descrizione che ne ha fatto Enel X Italia, la ricarica elettrica “si basa su due pilastri: asset, e cioè la rete di punti ricarica, e servizi, dai quali deriverà [...] la gran parte del valore aggiunto della filiera”¹⁴⁸. La gestione delle infrastrutture di ricarica è seguita dai CPO (*Charging Point Operator*) mentre il rapporto con l’utente, e dunque la fase più strettamente di servizio, è seguita dai MSP (*Mobility Service Provider*)¹⁴⁹.

105. Inoltre, la filiera dei servizi connessi alla ricarica dei veicoli elettrici sta evolvendo verso la creazione di piattaforme – quali Hsubject, Girève, e-Clearing Net e altre – che mettono in connessione i CPO con gli MSP e gli MSP tra di loro. Attraverso tali piattaforme gli MSP possono ampliare i *network* di infrastrutture di ricarica messe a disposizione degli utenti, secondo un approccio di tipo “one-stop-shop”¹⁵⁰. Dette piattaforme si basano sull’interoperabilità tra i sistemi degli operatori che vi partecipano e operano, inoltre, come stanze di compensazione (*clearing house*) per le partite monetarie intercorrenti tra i medesimi operatori¹⁵¹.

106. Enel X Italia è un MSP integrato in un gruppo che opera anche come CPO. Per la propria attività come MSP Enel X Italia ha sviluppato l’app JuicePass. In effetti, gli MSP sviluppano sempre più spesso delle *app* pur offrendo i loro servizi anche tramite *card*.

Le app di servizi connessi alla ricarica elettrica

107. Sono numerose le *app* come JuicePass per servizi connessi alla ricarica dei veicoli elettrici: ad esempio, Ionity, ChargePoint, EVgo, NextCharge, PlugShare, EvWay, e-Moving, Recharge Around, D-Mobility, Be Charge, E-Mobitaly, Yess.Energy, Neogy Mobility, Plug&Go, ChargeMap e Electromaps nonché Digital Charging Solutions e PlugSurfing. Le stesse case automobilistiche hanno sviluppato *app* per servizi connessi alla ricarica elettrica – ad esempio, le *app* My Easy Charge di FCA¹⁵², We Charge di Volkswagen¹⁵³, e BMWCharging e MiniCharging (nati da ChargeNow) – e/o servizi connessi alla ricarica elettrica integrate in *app* che forniscono un’ampia gamma di

¹⁴⁷ Si veda doc. n. 133 (risposta di Volkswagen del 3 agosto 2020).

¹⁴⁸ Si veda doc. n. 43 (verbale dell’audizione di Enel X Italia del 10 ottobre 2019). Si veda altresì doc. n. 49 (comunicazione di Enel X Italia del 30 ottobre 2019).

¹⁴⁹ Naturalmente ci sono soggetti che operano sia come CPO che come MSP. Tuttavia, per operare come MSP non è necessario essere anche un CPO e, inoltre, un MSP che sia anche CPO può coprire anche i *network* di altri CPO. Si veda doc. n. 49 (comunicazione di Enel X Italia del 30 ottobre 2019).

¹⁵⁰ In altre parole, per l’utente che si affida ad un dato MSP non rileva che una data colonnina di ricarica sia gestita da un CPO collegato al suddetto MSP ovvero da un diverso CPO ovvero da un diverso MSP, fintanto che il MSP di riferimento ha in essere accordi di interoperabilità per quella data colonnina. Si veda doc. n. 49 (comunicazione di Enel X Italia del 30 ottobre 2019). Si veda altresì doc. n. 95 (risposta di Enel X Italia del 16 giugno 2020).

¹⁵¹ “La filiera dei servizi per la mobilità elettrica sta a sua volta evolvendo, mostrando una tendenza alla creazione di soggetti che operano come *clearing house* tra i molteplici CPO e MSP (*Mobility Service Provider*) presenti sul mercato così da rendere più semplice per gli utenti utilizzare punti di ricarica gestiti da diversi CPO e/o coperti da diversi MSP” (doc. n. 43, verbale dell’audizione di Enel X Italia del 10 ottobre 2019). Si vedano anche doc. n. 80 (risposta di Enel X Italia del 16 marzo 2020), doc. n. 95 (risposta di Enel X Italia del 16 giugno 2020) e studio “*Smart Mobility Report*” del settembre 2019 di Energy & Strategy Group (Politecnico di Milano).

¹⁵² Si veda doc. n. 155 (risposta di FCA del 21 settembre 2020).

¹⁵³ Si veda doc. n. 133 (risposta di Volkswagen del 3 agosto 2020).

servizi – ad esempio, nelle *app* Mercedes Me di Mercedes-Benz¹⁵⁴, We Connect di Volkswagen¹⁵⁵ e Free2Move di PSA¹⁵⁶; in diversi casi, i gruppi automobilistici collaborano con *Mobility Service Provider*¹⁵⁷.

108. Le *app* per servizi connessi alla ricarica elettrica, ivi comprese quelle sviluppate da case automobilistiche e/o integrate nelle *app* di servizio delle case automobilistiche, sono di norma presenti in Google Play Store e in Apple App Store. Le *app* in questione sono cioè disponibili negli ecosistemi Android e iOS.

109. Le diverse *app* prevedono tutte la ricerca e la visualizzazione su una mappa delle infrastrutture di ricarica; questo rappresenta, necessariamente, il primo *step* per la ricarica, in maniera del tutto analoga a quanto avviene per il rifornimento di carburante. Gli MSP intermediano poi il rapporto con il CPO, consentendo la gestione della ricarica (avvio, monitoraggio e conclusione) e il pagamento della stessa. In diversi casi le *app* consentono la prenotazione della sessione di ricarica: tra le *app* sopra citate, la prenotazione è prevista, oltre che in JuicePass, (quantomeno) in NextCharge e Recharge Around, Be Charge, Yess.Energy e Neogy Mobility¹⁵⁸.

110. Le funzionalità di ricerca e prenotazione (eventuale) delle infrastrutture di ricarica nonché di gestione della sessione di ricarica distinguono le *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica dalle *card*. Queste ultime, infatti, consentono la sola funzione di pagamento (eventualmente associata a programmi di customizzazione del cliente).

Lo spazio competitivo dei servizi connessi alla ricarica elettrica forniti tramite app

Definizione

111. Il rapporto competitivo che lega le *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica e le *app* di navigazione individua uno spazio competitivo che contiene entrambe le tipologie di *app*. Questo si declina in termini di concorrenza effettiva (funzioni di ricerca e navigazione), concorrenza potenziale (espansione delle funzioni connesse alla ricarica nelle *app* di navigazione) e concorrenza per gli utenti e i dati.

112. Le *app* di navigazione offrono funzioni di navigazione e – ciò che qui rileva – di ricerca per un'ampia gamma di punti di interesse (approccio generalista) mentre le *app* di servizi connessi sono specializzate sulle colonnine di ricarica e sui servizi per la ricarica dei veicoli elettrici (approccio specialistico). Questa dicotomia tra l'approccio generalista e quello specialistico non impedisce, come si vedrà, di individuare uno spazio competitivo dai confini definiti nel quale le condotte delle imprese possono essere valutate sotto il profilo *antitrust*.

113. La funzione di ricerca delle infrastrutture di ricarica, così come quella di navigazione, può essere effettuata sia sulle *app* di navigazione sia sulle *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica (concorrenza effettiva). La funzione di ricerca, di norma, restituisce informazioni non solo sulla

¹⁵⁴ Si veda doc. n. 167 (risposta di Mercedes-Benz del 15 ottobre 2020).

¹⁵⁵ Si veda doc. n. 133 (risposta di Volkswagen del 3 agosto 2020).

¹⁵⁶ Si veda doc. n. 131 (risposta di PSA del 29 luglio 2020).

¹⁵⁷ Si vedano doc. n. 167 (risposta di Mercedes-Benz del 15 ottobre 2020), doc. n. 155 (risposta di FCA del 21 settembre 2020), doc. n. 131 (risposta di PSA del 29 luglio 2020) e doc. n. 135 (risposta di Renault del 4 agosto 2020).

¹⁵⁸ Si veda articolo "Auto elettriche, le migliori app per trovare le colonnine" del 23 dicembre 2019 sul sito "insideevs" (<https://insideevs.it/features/389366/migliori-app-colonnine-auto-elettriche/>, in doc. n. 194).

localizzazione delle colonnine ma anche sulle caratteristiche tecniche e di operatività dei punti di ricarica (quali tipologia di presa, orari di apertura, disponibilità e altro). Come visto, la localizzazione delle infrastrutture di ricarica lungo il tragitto percorso dall'utente costituisce il principale fattore di scelta dell'infrastruttura presso cui effettuare la ricarica¹⁵⁹. Quanto alle caratteristiche tecniche e di operatività dei punti di ricarica, la loro conoscenza è necessaria all'utente per verificare presso quale colonnina è possibile effettuare la ricarica del proprio veicolo elettrico.

114. La funzione di ricerca, pertanto, rappresenta la porta di ingresso dell'utente ai servizi (di vendita della ricarica e connessi) offerti dalle *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica. Per tale motivo, le funzionalità delle *app* di navigazione che consentono la ricerca delle infrastrutture di ricarica e la fornitura di informazioni di dettaglio sui punti di ricarica possono comportare un'intermediazione da parte delle *app* di navigazione nell'uso delle *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica: l'utente può, infatti, cercare le colonnine attraverso la *app* di navigazione e poi gestire e completare la ricarica attraverso una *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica; inoltre, laddove le *app* di navigazione contengano collegamenti ad *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica ed eventualmente funzioni di pagamento *in-app*, l'utente potrebbe gestire la ricarica ed eventualmente pagare la ricarica senza uscire dalla *app* di navigazione¹⁶⁰. Per una data *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica, il descritto effetto di intermediazione può portare alla conseguenza che l'utente possa scegliere una colonnina di ricarica che non fa parte del *network* coperto.

115. Le *app* di navigazione possono anche rappresentare un'alternativa completa alle *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica laddove integrino altre funzioni tra cui la gestione e/o il pagamento della ricarica ed eventualmente la prenotazione del punto di ricarica (concorrenza potenziale). Al riguardo, vale evidenziare che (almeno) uno sviluppatore di *app* di navigazione ha integrato nella propria *app* funzioni tipiche di un MSP: in particolare, lo sviluppatore Sygic mette gratuitamente a disposizione degli utenti della *app* Sygic GPS Navigazione funzioni di verifica della disponibilità dei punti di ricarica, notifica di completamento della ricarica e pagamento direttamente dalla *app*; a tale fine, tutto ciò che gli utenti devono fare è attivare la modalità veicolo elettrico¹⁶¹.

116. Inoltre, con la tecnologia *cd. plug&charge*, per effettuare la ricarica non è necessario autenticarsi presso il *network* di colonnine di ricarica, tramite *app* o *card*, ma basta inserire la presa nella batteria della propria auto. Pertanto, il diffondersi della tecnologia in questione avrebbe come conseguenza che con la ricerca e la scelta della colonnina presso cui effettuare la ricarica si esaurisce l'esperienza utente tramite *app*. Lo studio del Politecnico di Milano del 2019 sul settore della mobilità elettrica, cita la tecnologia *plug&charge* tra i *trend* emergenti indicando altresì progetti *ad hoc* avviati o pianificati da Daimler e Audi e stimando circa 800 punti di ricarica (all'epoca) abilitati in Italia¹⁶².

117. Sia Google che Apple mostrano un significativo interesse ad ampliare la propria offerta di servizi connessi alla ricarica elettrica. Per quanto concerne Google, come si vedrà nel seguito, essa

¹⁵⁹ Si veda "Smart Mobility Report" del settembre 2019 di Energy & Strategy Group del Politecnico di Milano. Si veda altresì doc. n. 133 (risposta di Volkswagen del 3 agosto 2020).

¹⁶⁰ Si veda doc. n. 65 (verbale dell'audizione di Enel X Italia del 17 dicembre 2019).

¹⁶¹ Si veda pagina "Modalità Veicolo Elettrico" del sito *internet* di Sygic (<https://www.sygic.com/it/what-is/electric-vehicle-mode/>), verificata in data 11 novembre 2020 (in doc. n. 194).

¹⁶² "Smart Mobility Report" del settembre 2019 di Energy & Strategy Group.

ha compiuto significativi sforzi per ampliare la copertura della rete di ricarica e fornire informazioni di dettaglio sulle stazioni di ricarica su Google Maps; inoltre, Google ha affermato che “[p]er migliorare l’esperienza di ricarica, in futuro Google Maps potrebbe aiutare gli utenti a collegarsi ad app o siti web gestiti da tali MSP al momento opportuno nel corso del loro tragitto, ad esempio all’arrivo presso una stazione di ricarica”¹⁶³. Quanto a Apple, in occasione della presentazione di iOS 14 (giugno 2020), essa ha annunciato che in Apple Maps sarebbe stato possibile calcolare percorsi per veicoli elettrici includendo nel tragitto stazioni di ricarica in funzione della carica della batteria e della tipologia di presa¹⁶⁴.

118. In conclusione, esiste una sovrapposizione di funzioni tra le *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica e quelle di navigazione con riguardo alla funzione di ricerca della localizzazione delle colonnine di ricarica e delle informazioni rilevanti sulle stesse. Tale sovrapposizione è idonea a determinare un’intermediazione delle *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica da parte delle *app* di navigazione. Inoltre, le *app* di navigazione possono diventare un’alternativa alle *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica in funzione delle specifiche funzionalità che possono essere aggiunte alle medesime *app* di navigazione (quali prenotazione e pagamento) e dello sviluppo della tecnologia *plug&charge*, che consentono la gestione della ricarica senza l’uso di *app* dedicate o di *card*.

119. In ultima analisi, le due tipologie di *app* (navigazione e servizi connessi alla ricarica elettrica) si contendono la medesima risorsa e cioè il rapporto con l’utente (concorrenza per gli utenti): per le *app* di navigazione rileva che gli utenti svolgano attraverso di esse le attività comunque riconducibili alla localizzazione di punti di interesse su una mappa, ivi comprese quelle di ricerca di infrastrutture di ricarica; per le *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica rileva che gli utenti svolgano attraverso di esse la ricerca di colonnine di ricarica come primo passo per la fornitura di servizi di ricarica.

120. La rilevanza del rapporto con l’utente per le *app* è tale che Google distingue nettamente tra i *download* di una *app* e l’effettivo utilizzo della *app* da parte degli utenti. Google mette in guardia sul fatto la gran parte delle *app* scaricate non vengono poi effettivamente utilizzate: “Numero crescente di *app* download YOY. Solo il 20% delle *app* sono usate più di 1 volta al mese. Più del 70% delle *app* vengono disinstallate in meno di 1 anno”. Per altri versi, Google evidenzia le possibilità di creare e consolidare un rapporto per gli utenti attraverso l’uso della *app*, citando l’opportunità di un “*ingaggio diretto*” dell’utente e il rafforzamento della “*lealtà*”, come illustrato nello schema di seguito riportato (Figura 5).

¹⁶³ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020). Al riguardo, vale evidenziare che, nella versione di Google Maps per *smartphone* e *tablet* “[a]lcuni dei punti d’interesse disponibili (ad esempio, hotel, ristoranti, servizi di consegna a domicilio) includono link a siti web e app di terzi, attraverso cui l’utente può prenotare un hotel o un ristorante o ordinare un pasto” (si veda doc. n. 36, memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

¹⁶⁴ “Electric vehicle routing adds charging stops along a planned route based on current vehicle charge and charger types” (si veda comunicato stampa “Apple reimagines the iPhone experience with iOS 14” del 22 giugno 2020, in doc. n. 194).

Figura 5 – Estratto dalla presentazione intitolata “Enel X & Google. Ideas for Enel X Recharge”



Fonte: Documento DC5 (integrazione della segnalazione di Enel X Italia del 3 aprile 2019)

121. Stabilire e mantenere un rapporto con l’utente significa, inoltre, creare e consolidare una fonte di dati in quanto attraverso l’uso delle *app* gli utenti generano dati (concorrenza per i dati). Tali dati costituiscono un *input* di valore sia per aumentare il livello dei servizi offerti sia per la diffusione di contenuti pubblicitari in funzione delle caratteristiche dei destinatari. Google e Enel X Italia hanno entrambe fornito, ciascuna per la rispettiva *app*, indicazioni sulle tipologie di dati generati dagli utenti che possono essere raccolti e sui possibili usi di tali dati (*infra*).

122. Sotto il profilo geografico, nel caso in esame lo spazio competitivo che accomuna le *app* di navigazione e le *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica interessa con riferimento al territorio italiano. Ciò in quanto la *app* JuicePass (già Enel X Recharge), in relazione alla quale Enel X Italia ha lamentato l’impossibilità di sviluppare una versione pubblicabile su Android Auto, è focalizzata sul territorio italiano.

La *app* JuicePass (già Enel X Recharge)

123. La *app* JuicePass, già denominata Enel X Recharge, consente di **(i)** visualizzare e ricercare su una mappa le infrastrutture di ricarica accedendo altresì alle informazioni rilevanti ai fini dell’effettuazione della ricarica (tipologia di presa, stato della presa, potenza massima erogabile, disponibilità della colonnina, *etc.*), **(ii)** prenotare un punto di ricarica, **(iii)** conoscere ed essere guidato attraverso gli itinerari per raggiungere l’infrastruttura di ricarica di interesse e **(iv)** avviare, interrompere, monitorare nonché **(v)** pagare la sessione di ricarica¹⁶⁵.

¹⁶⁵ Nel corso dell’audizione del 10 ottobre 2020, Enel X Italia ha mostrato un video che illustra il funzionamento dell’*app* JuicePass nel quale si distinguono “sostanzialmente tre fasi: ricerca della colonnina in base al tipo di presa e selezione

124. Per funzioni *sub (i)* e *(iii)* che rientrano tra quelle tipiche delle *app* di navigazione, e cioè ricerca e visualizzazione di punti di interesse (nel caso di specie, infrastrutture di ricarica per i veicoli elettrici) e navigazione verso punti di interesse, JuicePass utilizza le mappe del sistema operativo di riferimento del *device*, e cioè Google Maps per i *device* Android e Apple Maps per quelli iOS¹⁶⁶. Enel X Recharge ha a più riprese evidenziato che la funzionalità caratterizzante di JuicePass è la possibilità di prenotare le colonnine di ricarica.

125. In particolare, la ricarica elettrica richiede tempi significativamente più lunghi rispetto al rifornimento di carburanti posto che, presso le infrastrutture di ricarica più comuni sono necessari circa quarantacinque minuti per una *city car* e circa due ore per una vettura media¹⁶⁷. Pertanto, è di particolare rilievo che l'utente sia sicuro di trovare la colonnina prescelta libera al suo arrivo (e non già prenotata ovvero in uso a un altro utente)¹⁶⁸. Sotto il profilo concorrenziale, vale evidenziare che Enel X Italia ritiene che la funzione di prenotazione consenta alla propria *app* JuicePass di distinguersi rispetto a Google Maps – che pure è una *app* con una vastissima base utenti – con specifico riferimento ai servizi connessi alla ricarica elettrica¹⁶⁹.

126. A fine febbraio 2020 la *app* JuicePass copriva [8.000-9.000] punti di ricarica in Italia su un totale 13.721 (stima relativa alla fine del mese di gennaio 2020) per una copertura del [60-70%]¹⁷⁰. La *app* JuicePass copriva alla medesima data [1.000-2.000] punti di ricarica dislocati in altri Paesi dell'Unione Europea, a dimostrazione del fatto che la sua operatività è concentrata in Italia. Sempre a fine febbraio 2020, Enel X Mobility, la società del Gruppo Enel che svolge l'attività di *Charging Point Operator* (CPO), gestiva in Italia una rete di [7.000-8.000] punti di ricarica pari al [50-60%] del totale dei punti di ricarica (stima relativa alla fine del mese di gennaio 2020).

127. La *app* JuicePass è disponibile dal 2 maggio 2018 sugli *app store* Google Play Store e Apple App Store. Enel X Italia ha chiesto l'integrazione di JuicePass in Android Auto a partire da settembre 2018 ma resta tuttora al di fuori di tale piattaforma.

della colonnina; prenotazione della ricarica; avvio, monitoraggio e pagamento della ricarica” (doc. n. 43, verbale dell'audizione di Enel X Italia del 10 ottobre 2019).

Più in dettaglio, le funzioni di JuicePass sono: “- visualizzare su mappa le stazioni di ricarica dedicate ai veicoli elettrici compatibili con il servizio; - configurare diversi profili e piani tariffari per la ricarica; - prenotare una presa per una durata massima di 15 minuti e visualizzare l'itinerario per raggiungerla; - acquistare una card Enel X Recharge; - avviare o interrompere il processo di ricarica (in alternativa alla card); - monitorare in tempo reale i kWh erogati durante la sessione di ricarica; - pagare la sessione di ricarica direttamente tramite l'App; - ricevere notifiche relative alla sessione di ricarica; - monitorare lo storico consumi” (si veda doc. DC1, segnalazione di Enel X Italia).

¹⁶⁶ “[Q]uando, a seguito di numerose interazioni utente-app sullo smartphone, l'utente arriva a selezionare la colonnina di interesse e chiede alla app di condurvelo, la app apre Google Maps ovvero la mappa di Apple se l'utente usa un iPhone. Inoltre, se la stessa richiesta viene fatta alla app tenendo aperto Android Auto ovvero Apple CarPlay, la app apre Google Maps nella versione Android Auto” (doc. n. 23, verbale dell'audizione di Google Italy del 16 luglio 2019). Si veda anche doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

Come spiegato da Enel X Italia “per le funzionalità di navigazione l'app rinvia a Google Maps o alle mappe di Apple, e cioè alle funzioni di navigazione impostate sul device” (doc. n. 43, verbale dell'audizione di Enel X Italia del 10 ottobre 2019).

¹⁶⁷ Si veda doc. DC1 (segnalazione di Enel X Italia).

¹⁶⁸ Si veda doc. n. 73 (istanza di adozione di misure cautelari di Enel X Italia).

¹⁶⁹ “In altre parole, è altamente verosimile che laddove venisse data agli utenti di JuicePass la possibilità non solo di visualizzare le colonnine, ma anche di prenotarle con funzioni immediate e facili durante la guida del veicolo, questi ultimi potrebbero preferire JuicePass a Google Maps con specifico riferimento alle funzioni di visualizzazione e prenotazione delle colonnine di ricarica” (doc. n. 73, istanza di adozione di misure cautelari di Enel X Italia).

¹⁷⁰ Si veda doc. n. 80 (risposta di Enel X Italia del 16 marzo 2020).

128. Nel 2018 i *download* di JuicePass sono stati [fino a 10.000], di cui [fino a 10.000] in ambiente iOS e [fino a 10.000] in ambiente Android; nel 2019 i *download* sono saliti a [10.000-20.000], di cui [fino a 10.000] in ambiente iOS e [10.000-20.000] in ambiente Android. Gli utenti attivi mensili erano [fino a 10.000] nel mese di dicembre 2018 e [fino a 10.000] nel mese di dicembre 2019.

Tabella 2 – Download e utenti attivi mensili di JuicePass (anni 2018 e 2019)

	2018	2019
Download totali	[Fino a 10.000]	[10.000-20.000]
di cui download in ambiente Android	[Fino a 10.000]	[10.000-20.000]
di cui download in ambiente iOS	[Fino a 10.000]	[Fino a 10.000]
Utenti attivi mese (dicembre)	[Fino a 10.000]	[Fino a 10.000]

Fonte: doc. n. 95 (risposta di Enel X Italia del 19 giugno 2020)

129. Ai fini della pubblicazione su Android Auto, Enel X Italia aveva sviluppato una versione di JuicePass utilizzando il *template* per *app* di *media*; ciò in ragione del fatto che Google aveva reso disponibili solo i *template* per *app* di *media* e *messaggistica*¹⁷¹. Tale versione di JuicePass si basava su interazioni esclusivamente vocali tra l'utente e l'app e, pertanto, secondo Enel X Italia, rispettava le linee guida per la qualità delle *app* su Android Auto pubblicate da Google sulle pagine dedicate agli sviluppatori di *app*¹⁷².

130. In data 12 novembre 2020 Enel X Italia ha reso noto che nel corso del mese di novembre 2020 JuicePass sarebbe stata disponibile su Apple CarPlay con le seguenti funzionalità: ricerca delle colonnine di ricarica, selezione, navigazione, prenotazione di una presa presso la colonnina selezionata, avvio e fermo della sessione di ricarica¹⁷³. La *app* JuicePass è disponibile su Apple CarPlay dal 23 novembre 2020¹⁷⁴.

131. Questo risultato è il frutto dell'intensificarsi di una collaborazione (già avviata) con Apple, a seguito della presentazione del nuovo sistema operativo iOS 14, avvenuta in data 22 giugno 2020¹⁷⁵. Apple aveva (tra l'altro) annunciato che in Apple Maps sarebbe stato possibile calcolare percorsi per

¹⁷¹ "Enel X ha contattato Google fin dall'inizio del progetto di portare JuicePass su Android Auto, e cioè a luglio 2018, per chiedere supporto su come procedere. Poiché Google aveva reso disponibili strumenti di programmazione solo per *app* appartenenti alle categorie *media* e *messaggistica*, Enel X ha sviluppato la *app* JuicePass per Android Auto utilizzando, su indicazione di Google, gli strumenti di programmazione per le *app* di *messaggistica*, ritenendoli più aderenti al proprio caso" (doc. n. 43, verbale dell'audizione di Enel X Italia del 10 ottobre 2019).

¹⁷² Si veda <https://developer.android.com/docs/quality-guidelines/car-app-quality?hl=en>. In particolare, secondo quanto rappresentato da Enel X Italia, "Google ritiene che l'App non sia annoverabile tra le applicazioni multimediali né tra quelle di *messaggistica* in quanto consente la visualizzazione su mappa e la prenotazione delle stazioni di ricarica. E ciò, nonostante l'integrazione dell'App per Android Auto (i) sia stata sviluppata nel rispetto scrupoloso delle linee guida specificamente predisposte da Google, e conformemente a queste ultime, e (ii) consenta l'interazione con l'utente, necessaria alla prenotazione delle colonnine di ricarica, esclusivamente tramite messaggi vocali nel pieno rispetto della sicurezza degli utenti" (si veda doc. DC1, segnalazione di Enel X Italia).

¹⁷³ Si veda doc. n. 169 (nota di aggiornamento di Enel X Italia del 12 novembre 2020).

¹⁷⁴ Si veda doc. n. 173 (nota di aggiornamento di Enel X Italia del 18 dicembre 2020).

¹⁷⁵ Si veda comunicato stampa "Apple reimagines the iPhone experience with iOS 14" del 22 giugno 2020 (<https://www.apple.com/newsroom/2020/06/apple-reimagines-the-iphone-experience-with-ios-14/>, in doc. n. 194). iOS 14 è stato rilasciato in data 16 settembre 2020.

veicoli elettrici includendo nel tragitto stazioni di ricarica in funzione della carica della batteria e della tipologia di presa. Apple aveva altresì comunicato che Apple CarPlay avrebbe aperto a nuove categorie di *app*, tra le quali, in particolare, quelle per la ricarica dei veicoli elettrici, per i parcheggi e per ordinare cibo a domicilio. Contestualmente alla presentazione del sistema iOS 14, Apple aveva rilasciato una versione *beta* del sistema operativo, ciò che ha consentito a Enel X Italia di verificare la fattibilità di una versione di JuicePass per Apple CarPlay e “*confrontarsi con il team Apple per approfondimenti tecnici*”¹⁷⁶.

132. Enel X Italia ha messo in rilievo l’importanza di stabilire e mantenere un rapporto con gli utenti attraverso le *app*. In particolare, la società ha affermato che “*il rapporto con l’utente costituisce una questione centrale sia per Enel X che per Google: per Enel X il rapporto con l’utente è il punto di partenza per offrire servizi legati alla mobilità elettrica, per Google il rapporto con l’utente è il punto di partenza per offrire molteplici servizi tra cui anche quelli per la mobilità elettrica*”¹⁷⁷.

133. Enel X Italia ha fornito un quadro delle informazioni prodotte dagli utenti di JuicePass. In particolare, la società ha evidenziato le seguenti classi di informazioni:

- “*Presa preferita e colonnine preferite dei clienti finali*”;
- “*Evidenza della presa di ricarica individuata e del tempo residuo di percorrenza*”;
- “*Aree più affollate*”;
- “*Mappe di calore sui tentativi di ricerca di colonnine di ricarica*”;
- “*Dati storici e abitudini dei clienti*”¹⁷⁸.

134. Enel X Italia ha, inoltre, fornito alcuni esempi di come le informazioni generate dagli utenti di JuicePass possono essere utili per definire e migliorare il servizio offerto. In particolare, la società ha evidenziato che:

- le informazioni sulle ricerche che non hanno dato origine ad una ricarica forniscono indicazioni sulle aree in cui si registra una maggiore domanda¹⁷⁹;
- l’individuazione delle aree più affollate, e dunque di maggiore interesse per gli utenti, permette di promuovere “*offerte dedicate e a tempo*”;
- la conoscenza delle caratteristiche del veicolo, quali la carica residua e la tipologia di presa, potrebbero essere utilizzate per definire il percorso ottimale per raggiungere una data destinazione¹⁸⁰.

¹⁷⁶ Si veda doc. n. 169 (nota di aggiornamento di Enel X Italia del 12 novembre 2020).

Enel X Italia ha specificato che Apple ha messo a disposizione degli sviluppatori la versione *beta* iOS 14 in data 22 giugno 2020 e ha rilasciato la versione “definitiva” del sistema operativo in data 16 settembre 2020; gli sviluppatori hanno potuto programmare le proprie *app*, ivi comprese quelle per la ricarica elettrica, in versione *beta* senza necessità di sottoscrivere alcun accordo con Apple; la pubblicazione di *app* per la ricarica elettrica su Apple CarPlay è stata consentita contestualmente al rilascio della versione definitiva di iOS 14 (si veda doc. n. 173, nota di aggiornamento di Enel X Italia del 18 dicembre 2020).

¹⁷⁷ Si veda doc. n. 43 (verbale dell’audizione di Enel X Italia del 10 ottobre 2019).

¹⁷⁸ Si veda doc. n. 44 (risposta di Enel X Italia del 22 ottobre 2019).

¹⁷⁹ “*Con l’utilizzo dei dati acquisiti dall’app, i MSP potrebbero costruire le heat map in relazione ai tentativi di ricerca delle infrastrutture di ricarica da parte degli utenti che non si sono poi concretizzati in un evento di ricarica. Tale informazione risulta di particolare importanza in quanto fornisce ai MSP la possibilità di individuare le aree nelle quali si registra una maggiore domanda da parte degli utenti*” (si veda doc. n. 44, risposta di Enel X Italia del 22 ottobre 2019). Si veda anche doc. n. 49 (comunicazione di Enel X Italia del 30 ottobre 2019).

¹⁸⁰ Si veda doc. n. 44 (risposta di Enel X Italia del 22 ottobre 2019).

135. Enel X Italia ha altresì messo in rilievo come il MSP disponga dei dati relativi alle ricerche di punti di ricarica che si concludono con una ricarica mentre le ricerche effettuate su Google Maps costituiscono – dal punto di vista del MSP – ricerche che non si concludono con una ricarica. Questa seconda tipologia di informazioni sarebbe di interesse “*per gli operatori attivi come CPO, nella definizione dei piani infrastrutturali*” e “*per i MSP, nella definizione della strategia di espansione degli accordi con i CPO (nel senso che il MSP prediligerà la conclusione di accordi con CPO presenti nelle aree in cui maggiore è la domanda per tali servizi) nonché per la definizione delle logiche di pricing*”¹⁸¹.

Google Maps

136. Come noto, Google Maps è una *app* di navigazione che consente (tra l’altro) di cercare su una mappa diversi punti di interesse e di accedere a informazioni rilevanti sui medesimi. Tra i punti di interesse coperti da Google Maps rientrano le colonnine per la ricarica delle auto elettriche.

137. La localizzazione delle colonnine di ricarica e alcune informazioni sulle medesime sono già presenti su Google Maps almeno dalla metà di ottobre 2018¹⁸². Tale funzionalità era stata annunciata con un *post* del 16 ottobre 2018 di Andrew Foster (Group Product Manager, Google Maps) nel quale si comunicava l’inizio del servizio grazie alla collaborazione con Tesla e Chargepoint nonché con SemaConnect, EVgo e Blink (USA), Chargemaster e Pod Point (UK) e Chargefox (Australia e Nuova Zelanda)¹⁸³.

138. Nel corso del 2019 la localizzazione delle colonnine di ricarica e la visibilità di alcune informazioni di dettaglio sulle colonnine sono state rese disponibili nella versione di Google Maps per Android Auto. Nel febbraio 2019 [GA, Google Maps & Android Auto, Group Product Manager] ha affermato che le caratteristiche delle colonnine di ricarica, già visibili sullo *smartphone*, sarebbero state anche visibili su Android Auto, presumibilmente in corso d’anno¹⁸⁴ e che, inoltre, anche le informazioni sulla disponibilità in tempo reale delle colonnine, sarebbero state rese disponibili (“*I am fine to have whoever presents verbally advise them that we're preparing to launch specific EV features, including EV port type and count, and real time availability soon*”)¹⁸⁵.

¹⁸¹ Si veda doc. n. 80 (risposta di Enel X Italia del 16 marzo 2020).

¹⁸² Si veda doc. DC4 (integrazione alla segnalazione di Enel X Italia del 25 marzo 2019), in particolare articoli “*Colonnine per auto elettriche su Google Maps Italia*” del 17 ottobre 2018, sul sito “*mobilitasostenibile.it*”, e “*Auto elettriche, su Google Maps spuntano anche le colonnine di ricarica*” del 24 dicembre 2018, su “*lastampa.it*”.

¹⁸³ Si veda *post* “*Get charged up with Google Maps*” (<https://www.blog.google/products/maps/get-charged-google-maps/>), in doc. n. 194). Il *post* in questione viene richiamato tramite *link* in una versione preliminare della risposta inviata il 18 gennaio 2019 da Google a Enel X Italia. In tale versione preliminare si legge: “[f]inally, I do want to emphasize that Google is committed to bringing EV recharging station information to end users. Our Google Maps team started integrating [link] such information, and has also reached out to Enel X to integrate yours” (si vedano documenti ISP81 e ISP122).

¹⁸⁴ “*In the future, we will display information such as the charging port types in Maps in Android Auto. Today this is only available on the phone. I am fine to indicate under NDA that this is coming to the Android Auto Maps product this year*” (si veda doc. ISP47, in particolare, *e-mail* di [GA, Google Maps & Android Auto, Group Product Manager] del 15 febbraio 2019 06:12).

¹⁸⁵ Si veda doc. ISP47, in particolare *e-mail* di [GA, Google Maps & Android Auto, Group Product Manager] del 18 febbraio 2019 01:19.

In un’*e-mail* del 1° febbraio 2019 10:55 AM [GL1, Android, V.P. Engineering] scrive “*we're actively working to integrate EV charging station data into Google Maps for use across all surfaces (including Auto). If they ultimately want to drive traffic to their stations, getting those stations into Google Maps is the best bet. We've done this already with the large networks, such as [Omissis]*” (si veda doc. ISP10).

139. In effetti, Google ha rappresentato che “[a] partire dalla fine di aprile 2019, negli Stati Uniti e nel Regno Unito è stata introdotta in Google Maps una funzione aggiuntiva, ossia la disponibilità in tempo reale delle colonnine di ricarica situate nelle vicinanze. Tale funzione [...] è disponibile nei due Paesi menzionati [...] in una versione semplificata (al fine di distrarre i conducenti il meno possibile), su Android Auto”¹⁸⁶.

140. Nella versione di Google Maps per Android Auto e Android Automotive Operating System è possibile ricercare le colonnine di ricarica (i) esclusivamente tramite *touch*, (ii) tramite *touch* e comandi vocali e (iii) esclusivamente tramite comandi vocali. Le informazioni disponibili sulle colonnine comprendono numero, disponibilità, tipologia e velocità delle prese e orari di apertura della colonnina. La selezione di una colonnina avviene tramite *touch* così come l’avvio della navigazione (tasto “inizia”)¹⁸⁷.

141. Per quanto concerne la diffusione di Google Maps, Google ha spiegato che “praticamente tutti i costruttori di smartphone Android hanno deciso di pre-installare Google Maps sui loro telefoni, concludendo accordi di licenza con Google. Gli utenti non hanno quindi bisogno di scaricare Google Maps perché è già pre-installato sul loro dispositivo quando lo acquistano”¹⁸⁸. Il numero di utenti unici giornalieri alla data del 31 dicembre 2018 era di [5-10 milioni], alla data del 31 dicembre 2019 di [5-10 milioni]. Gli utenti unici mensili erano [10-50 milioni] nel mese di dicembre 2018 e [10-50 milioni] nel mese di dicembre 2019.

142. Enel X Italia ritiene che, nel corso del procedimento istruttorio, Google abbia aggiornato Google Maps introducendo la possibilità di pagare la ricarica dei veicoli elettrici¹⁸⁹ basando tale convincimento sulle valutazioni espresse da alcuni esperti di informatica in un articolo sulla versione 10.30 di Google Maps¹⁹⁰. In risposta ad una specifica domanda, Google ha affermato che “[t]ra i piani di Google vi è quello di assistere gli utenti a verificare attraverso Google Maps quali opzioni di pagamento siano disponibili presso una data colonnina di ricarica, ma non ha progetti finalizzati a consentire agli utenti di avviare o pagare una sessione di ricarica direttamente tramite Google Maps”¹⁹¹.

143. Google ha altresì affermato di non offrire e non avere in programma di offrire funzionalità di prenotazione di colonnine di ricarica tramite Google Maps e, più in generale, di non avere in

¹⁸⁶ Si veda doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019). Si veda anche *post* “Finding a place to charge your EV is easy with Google Maps” di Alex Donaldson (Product Manager, Google Maps) del 23 aprile 2019 (<https://www.blog.google/products/maps/finding-place-charge-your-ev-easy-google-maps/>, in doc. n. 194).

¹⁸⁷ Si veda doc. n. 122, risposta di Google del 17 luglio 2020.

¹⁸⁸ Si veda doc. n. 122, risposta di Google del 17 luglio 2020.

¹⁸⁹ “Google [ha] già proceduto, nonostante il procedimento antitrust in corso, ad “aggiornare” la versione di Google Maps per permettere il pagamento dei servizi di ricarica elettrica” (si veda doc. n. 73, istanza di adozione di misure cautelari di Enel X Italia).

¹⁹⁰ Si tratta dell’articolo apparso sul sito *web* <xda-developers.com> in data 18 novembre 2019 intitolato “Google Maps 10.30 prepares to let you pay for EV charging and find compatible plugs” (si veda doc. n. 80, risposta di Enel X Italia del 16 marzo 2020). Nell’articolo in questione si legge che “Google Maps 10.30 for Android has added strings that suggest it will support making payments straight from the app. ... New in version 10.30 are the following two strings, part of a larger set of strings pertaining to electric vehicles, that describe adding payment methods to the user’s electric vehicle profile”. L’articolo ha avuto una vasta eco essendo stato ripreso in diversi altri articoli (si veda doc. n. 80, risposta di Enel X Italia del 16 marzo 2020).

¹⁹¹ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

programma di sviluppare servizi tipici degli MSP¹⁹². Ciò posto, come sopra evidenziato, “[p]er migliorare l’esperienza di ricarica, in futuro Google Maps potrebbe aiutare gli utenti a collegarsi ad app o siti web gestiti da tali MSP al momento opportuno nel corso del loro tragitto, ad esempio all’arrivo presso una stazione di ricarica”¹⁹³.

144. In ogni caso, dalle evidenze agli atti emerge che l’integrazione di una funzione di prenotazione è tecnicamente possibile e rientra tra gli obiettivi futuri di Google. In particolare, nel confronto interno a Google sulla questione della app JuicePass (all’epoca denominata Enel X Recharge), si è discusso tra l’altro della possibilità che una funzione di prenotazione possa essere integrata in Google Maps (“it could be in roadmap for maps?”¹⁹⁴); al riguardo, all’interno di Google si ritiene certo che si arriverà a questo risultato (“I’m sure that Google Maps will at some point build such a feature”)¹⁹⁵.

145. Numerose evidenze danno conto del fatto che Google ha investito risorse per migliorare i servizi connessi alla mobilità elettrica offerti tramite Google Maps, relativamente all’Italia. In primo luogo, Google ha acquisito set di dati sulle colonnine di ricarica presenti in (diversi Paesi tra cui) l’Italia. Inoltre, Google ha sviluppato un formato denominato GELFS (Google EV Location Feed Specification) per i dati sulle colonnine di ricarica nei prodotti Google (tra cui Google Maps e Waze). In aggiunta, Google persegue attivamente l’obiettivo di alimentare il flusso di dati sulle colonnine di ricarica attraverso il formato GELFS.

146. Con riguardo all’acquisizione di set di dati Google ha concluso contratti con due [tipologie di operatore], e segnatamente, [Omissis] (accordo stipulato in data 3 luglio 2018) e [Omissis] (accordo stipulato in data 21 dicembre 2018); questi due contratti consentivano una copertura del [10-20%] delle colonnine di ricarica presenti Italia¹⁹⁶. Google ha altresì concluso accordi con [Omissis] (accordo stipulato in data 20 settembre 2018), [Omissis] (accordo stipulato in data 23 ottobre 2019) e [Omissis] (accordo stipulato in data 6 aprile 2020) per i veicoli elettrici. [Omissis], [Omissis] e [Omissis] forniscono dati usando il formato definito da Google (GELFS)¹⁹⁷. Inoltre, Google utilizza i dati pubblicamente disponibili sui siti dei comuni italiani¹⁹⁸.

147. Alla fine del 2019 Google tracciava [8.000-9.000] punti di ricarica su un totale di 13.721 (stima relativa a gennaio 2020) per una copertura del [60-70%]¹⁹⁹. Inoltre, come evidenziato, nel corso del 2020 Google ha stipulato un ulteriore accordo (con [Omissis]) per l’acquisizione di

¹⁹² “Google non offre, né ha in programma di offrire, funzioni di prenotazione delle colonnine di ricarica per veicoli elettrici su Google Maps”. “Google non ha attualmente in programma di sviluppare servizi tipicamente svolti dai Mobility Service Provider” (si veda doc. n. 122, risposta di Google del 17 luglio 2020). Si veda anche doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

¹⁹³ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

¹⁹⁴ Si veda doc. ISP36, in particolare commento n. 16, di [GII, Google Cloud, Account Manager]. Si veda anche doc. ISP100.

¹⁹⁵ Si veda doc. ISP36, in particolare commento n. 17, di [GN, EMEA Partnerships, Head of Automotive]. Si veda anche doc. ISP100.

¹⁹⁶ Si veda doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

¹⁹⁷ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

¹⁹⁸ Si veda doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

¹⁹⁹ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

informazioni sulle colonnine di ricarica cosicché la copertura di Google Maps è aumentata (quantomeno) in termini assoluti.

148. Il formato GELFS è descritto in un documento interno a Google denominato “*Google EV Location Feed Specification*” i cui riferimenti sono “*Status: Draft V0.86 | Final, Created: 2018-04-27 / Last updated: 2018-05-11*” ed etichettato “*Google Confidential and Proprietary – Provided under NDA*”²⁰⁰. Una descrizione schematica delle specifiche GELFS è contenuta in un documento interno di Google in cui viene evidenziato che si tratta di un formato comune per rendere disponibili informazioni sulle colonnine di ricarica in diversi prodotti di Google, tra i quali vengono espressamente indicati Google Maps e Waze (e nessun altro prodotto)²⁰¹. Quanto al contenuto, viene evidenziato che esso riguarda informazioni *(i)* sulla localizzazione delle stazioni di ricarica, *(ii)* sulle caratteristiche delle prese e sulla potenza erogata, *(iii)* sulla disponibilità del punto di ricarica in tempo reale, *(iv)* sulla disponibilità del punto di ricarica in futuro (liste di prenotazione, fuori servizio) e *(v)* sulle manutenzioni programmate²⁰².

149. Il formato GELFS individua, evidentemente, le informazioni che Google ritiene rilevanti in relazione alla ricerca dei punti di ricarica elettrica. In effetti, nello specificare le informazioni che la stessa Google potrebbe acquisire nel caso in cui Enel X Italia decidesse di integrare le informazioni sulle colonnine di ricarica in Google Maps, Google riproduce nella sostanza il contenuto del formato GELFS²⁰³.

150. Enel X Italia ha posto in evidenza che nella sezione “Payment” del formato GELFS sono previste informazioni relative a valuta, prezzo, unità di pagamento (tempo o kWh), tariffa di durata, eventuale *extra* per il parcheggio e piani di pagamento supportati, oltre che sul tempo di inizio e di fine della sessione di durata. L’articolazione di tali informazioni è, secondo Enel X Italia, così dettagliata da far ritenere che Google sarà in grado “*di incorporare anche gli schemi tariffari più complessi*”. La stessa distinzione tra siti (“location”), stazioni (“station”) e prese (“port”), sulla quale si basa il formato, è “[i]ndicativa del livello di dettaglio delle funzionalità che Google intende implementare con il progetto GELFS”. Inoltre, sono previsti aggiornamenti incrementali delle informazioni sullo stato della presa “*per consentire la pubblicazione a bassa latenza dei cambiamenti di stato della presa (occupato, riservato, disponibile)*”²⁰⁴.

²⁰⁰ Si vedano doc. DC5 (integrazione della segnalazione di Enel X Italia del 3 aprile 2019) e doc. ISP86.

²⁰¹ Si veda doc. ISP62. Si vedano altresì doc. DC5 e doc. ISP86.

²⁰² “*The Google EV Location Feed Specification (GELFS) defines a common format for electric vehicle (EV) charging locations and associated information. GELFS enables EV charging networks to publish this data to be consumed by a variety of applications including Google Maps. Key to this format is the ability to provide:*

- *Information to accurately represent the location of the charging station (address and a hosting business, if relevant),*
- *The connectors and power characteristics of the charging station,*
- *Real time usage availability,*
- *Future planned availability, such as reservation queues, or out of service maintenance periods*” (si vedano doc. DC5 e doc. ISP86; si veda altresì doc. ISP62).

²⁰³ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020). Le informazioni elencate sono “• *nome;* • *indirizzo;* • *posizione (latitudine/longitudine);* • *orario di aperture;* • *sito web;* • *numero di telefono;* • *numero di porte di ricarica;* • *tipi di porte di ricarica;* • *livelli di potenza delle porte di ricarica;* • *disponibilità in tempo reale dei punti di ricarica;* • *luoghi che ospitano i punti di ricarica;* • *descrizione della posizione dei punti di ricarica;* • *metodi di pagamento accettati nei punti di ricarica;* • *segnali che i punti di ricarica sono fuori servizio, se disponibili*”.

²⁰⁴ Si veda doc. n. 80 (risposta di Enel X Italia del 16 marzo 2020).

151. Il referente in Italia per la conclusione di accordi per l'acquisizione di flussi di dati in formato GELFS è [GI3 Global Product Partnerships, Manager]²⁰⁵. Questi tiene i contatti con gli operatori che forniscono informazioni sui *network* di punti di ricarica per veicoli elettrici, tra cui Enel X Italia²⁰⁶.

152. Le evidenze agli atti danno conto dei rapporti tra Enel X Italia e Google con riguardo alla possibilità di integrare le informazioni sulle colonnine di ricarica contenute in JuicePass all'interno di Google Maps, secondo le specifiche GELFS. A grandi linee i contatti cominciano a ottobre 2018²⁰⁷, si interrompono a causa del rifiuto di Google di integrare JuicePass in Android Auto²⁰⁸, riprendono a seguito di una *call* svoltasi il 28 febbraio 2019 con l'amministratore delegato del Gruppo Enel ma si arenano dopo poco.

153. Google ha spiegato che, nel rispetto della normativa a tutela della riservatezza dei dati personali degli utenti, essa raccoglie una serie di dati derivanti dall'uso che gli utenti fanno di Google Maps. Tra questi dati rientrano:

“- *Informazioni sulle attività degli utenti su Google Maps, come, ad esempio, le preferenze dell'utente e altre impostazioni, i dati relativi alle interazioni (come i click), la cronologia delle ricerche (comprese le informazioni sulle ricerche effettuate e i contenuti proposti all'utente, come gli annunci e le pagine visitate); e*

- *Informazioni sulla posizione degli utenti quando utilizzano i servizi di Google, a seconda delle impostazioni stabilite sul loro account e sul loro dispositivo”* (enfasi aggiunta).

Inoltre, nel caso in cui si tratti di utenti autenticati (cioè che utilizzano i servizi avendo attivato un *account* Google), si aggiungono altri dati tra cui:

“- *cronologia delle attività e delle posizioni, a seconda dell'account dell'utente e delle impostazioni del dispositivo”* (enfasi aggiunta)²⁰⁹.

154. Google ha altresì illustrato come i dati generati dagli utenti possono essere utilizzati per migliorare i servizi resi ai medesimi utenti. Tra le altre possibilità, “*Google fornisce anche molte*

²⁰⁵ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

²⁰⁶ Si veda doc. ISP91.

²⁰⁷ Il 17 ottobre 2018 Enel X Italia scrive a Google “[Omissis], che ci legge in cc, mi ha gentilmente dato il tuo contatto per approfondire tematiche di visualizzazione di punti di interesse sulle mappe Google” (si veda doc. ISP103).

Nel corso dello stesso mese la partecipazione di Enel X Italia al progetto GELFS viene discussa in altre occasioni. In un'e-mail del 23 ottobre 2018 Enel X Italia scrive Google “Grazie molte per l'organizzazione dell'incontro di questo pomeriggio, davvero molto utile e interessante. Per Enel X i principali temi da approfondire sono: - integrazione stazioni di ricarica in Maps. Next step: meeting previsto domani e a quanto ho capito non dovrebbero esserci particolari criticità” (si veda doc. ISP25).

In un'e-mail del 31 ottobre 2018 [GA, Google Maps & Android Auto, Group Product Manager] dice ad [GI3, Global Product Partnerships, Manager] di essere stato contattato da Enel X Italia in relazione al progetto sulle colonnine di ricarica con riferimento a Spagna, Italia e altri Paesi e [GI3, Global Product Partnerships, Manager] spiega, in un'e-mail del 1° novembre 2018, di essere già stato contattato dal *team* di Enel X Italia sul punto (si veda doc. ISP92).

Nel mese di dicembre 2018 Enel X Italia si sarebbe resa disponibile a fornire a Google le informazioni sulle colonnine di ricarica. In un'e-mail del 19 marzo 2019 [GI3, Global Product Partnerships, Manager], rispondendo a [GII, Google Cloud, Account Manager] su una questione relativa alle modalità di fornitura delle informazioni sulle colonnine, scrive “dal mio incontro credo in dicembre si erano resi disponibili a fornirci il dato nel formato richiesto (GELF)” (si veda doc. ISP35).

²⁰⁸ “[GI3, Global Product Partnerships, Manager] was part of the initial conversations with EnelX late last year about including their charging stations in Maps before EnelX pushed back b/c of the issue with their app” (si veda doc. ISP10, in particolare e-mail di [GSI, Google Maps/Local, Strategic Partner Manager] dell'11 febbraio 2019).

²⁰⁹ Si veda doc. n. 130 (risposta di Google del 24 luglio 2020).

funzioni che si basano su dati aggregati e anonimi relativi alla localizzazione, come gli aggiornamenti sul traffico e l'indicazione degli "orari di punta"²¹⁰.

III.3 La condotta di Google

Premessa

155. La vicenda oggetto di approfondimento origina dalla richiesta di Enel X Italia a Google di pubblicare (su Google Play) una versione compatibile con Android Auto della *app* JuicePass²¹¹, che all'epoca dei fatti era denominata Enel X Recharge. In particolare, Enel X Italia sviluppa una versione della propria *app* basata sul *template* per *app* di messaggistica ritenendolo lo strumento più idoneo in quanto all'epoca Google ha reso disponibili agli sviluppatori terzi solo i *template* per *app* di messaggistica e di *media* (musica e audio). Google nega la pubblicazione della *app* JuicePass (già Enel X Recharge) su Android Auto opponendo che solo due categorie di *app*, quelle di messaggistica e di *media*, possono essere presenti su Android Auto. Ne segue un confronto nel quale, come emerge dalle risultanze istruttorie, Enel X Italia chiede di poter sviluppare una versione della propria *app* compatibile con Android Auto e Google risponde proponendo soluzioni alternative che non affrontano la questione della richiesta ma si limitano a riproporre le linee di azione già decise all'interno della stessa Google.

156. La questione della pubblicazione su Android Auto della *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica si interseca con gli sforzi portati avanti da Google per acquisire il Gruppo Enel quale cliente dei propri servizi di *cloud computing* e Enel X Italia quale *partner* per il progetto di integrazione delle informazioni sulle colonnine di ricarica in Google Maps secondo il formato GELFS. Tale contesto è ben riassunto in una *e-mail* del referente per l'Italia dell'acquisizione di flussi di dati sulle colonnine di ricarica: "*In this case we have a complicated triangulated relationship among Cloud, Android Auto and GPP [Global Product Partnerships, ndr] teams where Cloud push for sales and the client wants to leverage on this to close additional product benefits (integrate their app on Android auto and their data on Google maps), that is something we are interested to do it but with our product timelines. The negotiation is both internal and external*" (enfasi aggiunta)²¹².

157. La questione della pubblicazione *app* JuicePass (già Enel X Recharge) su Android Auto subisce un'escalation all'interno del Gruppo Enel e, di conseguenza, all'interno di Google. Due sono le tappe rilevanti di tale *escalation*: l'intervento dell'amministratore delegato di Enel X Italia, che mette alle strette Google, nel mese di dicembre 2018, per ottenere una risposta definitiva, e l'intervento dell'amministratore delegato del Gruppo Enel, che solleva la questione ai più alti livelli di Google, a fine gennaio 2019, dando così l'impulso all'organizzazione di una *call*, che si svolge il 28 febbraio 2019, alla quale partecipano due *Vice President* di Google oltre allo stesso amministratore delegato del Gruppo Enel.

158. Il Gruppo Enel, cui appartiene Enel X Italia, emerge come una controparte molto rilevante per Google. Infatti, vi era il dichiarato interesse della funzione aziendale Google Cloud ad acquisire il Gruppo Enel quale cliente.

²¹⁰ Si veda doc. n. 130 (risposta di Google del 24 luglio 2020).

²¹¹ Le *app* vengono pubblicate su Google Play e laddove siano compatibili con Android Auto diventano automaticamente disponibili su Android Auto. Pertanto, quando si parla di pubblicazione di una *app* su Android Auto si intende pubblicazione su Google Play di una *app* compatibile con Android Auto.

²¹² Si veda doc. ISP106, in particolare *e-mail* di [GI3, Global Product Partnerships, Manager] del 18 marzo 2019 10:16.

159. La questione della pubblicazione della *app* di Enel X Italia su Android Auto viene a lungo e intensamente discussa all'interno di Google. La funzione aziendale Google Cloud di Google Italy funge da punto di contatto tra Enel X Italia e Google, ma sempre consultando le professionalità di Google di volta in volta rilevanti e svolgendo una funzione di raccordo all'interno di Google quando si è reso necessario un lavoro corale. Nella sostanza, la questione della pubblicazione su Android Auto della *app* di Enel X Italia viene gestita da diverse funzioni aziendali; ciò emerge, peraltro, dall'Allegato 1, che contiene un elenco dei dipendenti di Google coinvolti, con l'indicazione della società e della funzione aziendale di appartenenza nonché del ruolo svolto all'interno delle medesime.

160. Fin dalle prime fasi della vicenda, che vedono Enel X Italia chiedere la pubblicazione su Android Auto della *app* Enel X Recharge (ora JuicePass) e poi chiedere le ragioni del diniego e le possibili soluzioni, vengono coinvolte le funzioni aziendali Google Play (in particolare, [GL12, *Platforms Google Play, Play BD Product Specialist*]) e Android Auto (in particolare, John [GL11, *Android Auto, Product Manager*]). Per la redazione della risposta sollecitata da Enel X Italia nel mese di dicembre 2018 intervengono le funzioni aziendali Legal (in particolare, [GSw1, *Legal Competition, Senior Competition Counsel*] e [GI13, *Legal, Associate Legal Counsel*]), Public Policy (in particolare, [GI7, *Public Policy, Manager*]), EMEA Partnerships e Automotive Partnerships (in particolare, [GF1, *EMEA Partnerships, President*], [GN, *EMEA Partnerships, Head of Automotive*] e [GF2, *Automotive Partnerships, Manager*]). Alla *call* del 28 febbraio 2019 con l'amministratore delegato del Gruppo Enel partecipano figure apicali delle funzioni aziendali Android²¹³ e Google Cloud²¹⁴. Inoltre, nella valutazione delle soluzioni alternative alla pubblicazione di Android Auto da proporre ad Enel X Italia vengono coinvolte, oltre alle funzioni aziendali Android e Google Cloud, le funzioni aziendali Auto (in particolare, [GL10, *Auto, Product Manager*]), Google Maps e Android Auto (in particolare, [GA, *Google Maps & Android Auto, Group Product Manager*]) e Google Maps/Local (in particolare, [GS1, *Google Maps/Local Strategic Partner Manager*]).

161. La mancata pubblicazione della *app* Enel X Recharge (ora JuicePass) non dipende da impedimenti di natura tecnica bensì da una politica aziendale di Google, definita sulla base delle esigenze di sicurezza dell'industria automobilistica, delle preferenze degli utenti nonché dei vincoli di risorse disponibili. Ciò implica che una data attività relativa alla pubblicazione di *app* su Android Auto, per essere implementata, deve essere resa prioritaria. Google ha individuato cinque categorie di *app* sulle quali concentrare le proprie risorse: due sono basate su *template* e riguardano le *app media* e di messaggistica; due sono "full-screen", e perciò senza i limiti dei modelli predefiniti (*template*), e riguardano le *app* di navigazione native e le *custom app*, tra cui le *app* sviluppate dalle case automobilistiche; la restante categoria è costituita dalle azioni attivabili tramite comandi vocali (perciò mediate da Google Assistant) sulla piattaforma Actions-on-Google (di seguito, anche AoG).

162. Nel corso delle negoziazioni, che si snodano dal mese di settembre 2018 al mese di marzo 2019, Google prospetta a Enel X Italia tre soluzioni alternative: (i) la collaborazione con le case automobilistiche per sviluppare versioni della *app* Enel X Recharge (ora JuicePass) compatibili con i sistemi di *infotainment* delle auto, (ii) integrazione delle informazioni di dettaglio sulle colonnine di ricarica in Google Maps, (iii) utilizzo della *app* Enel X Recharge (ora JuicePass) tramite Actions-

²¹³ In particolare, [Omissis].

²¹⁴ In particolare, [Omissis] che sostituisce [Omissis], quest'ultimo comunque coinvolto nei contatti con Enel X Italia.

on-Google. La prima soluzione viene prospettata solo nelle prime battute del confronto. La seconda soluzione viene prospettata per l'intero corso delle negoziazioni. La terza soluzione viene prospettata in occasione della *call* con l'amministratore delegato del Gruppo Enel, svoltasi il 28 febbraio 2019. Nessuna delle tre soluzioni risponde alla richiesta di Enel X Italia di vedere la propria *app* pubblicata su Android Auto e Google è consapevole di ciò.

Il rifiuto di pubblicare la app di Enel X Italia su Android Auto

163. Google ha comunicato l'impossibilità di integrare l'app Enel X Recharge (ora JuicePass) in Android Auto con *e-mail* del 20 e 21 settembre e 8 novembre 2018. In tali comunicazioni Google ha spiegato che il diniego dipende dal fatto che solo le *app* appartenenti alle due categorie **(A)** *media* e **(B)** *messaggistica* sono suscettibili di essere integrate in Android Auto²¹⁵. In particolare:

- il 20 settembre 2018 (primo diniego) *android-auto-review@google.com* scrive a *enelxglobal@gmail.com*: *"Hi developers at Enel X, Unfortunately, after further review, we found that your app Enel X Recharge (com.enel.mobile.recharge2) is not eligible for Android Auto. At this time, we are only accepting apps within the Media or short form Messaging categories for Android Auto. It appears that your app is a utility app used for charging stations which currently does not fit our criteria"* (enfasi nell'originale);

- il 21 settembre 2018 (secondo diniego) il referente di Google scrive ai referenti di Enel X Italia: *"[u]nfortunately, at this time only messaging and media app are eligible on Android Auto. Changing the logic of the dialogue won't help as the app itself is not purely a messaging app"*;

- l'8 novembre 2018 (terzo diniego) il referente di Google ribadisce ai medesimi destinatari *"[u]nfortunately, only Media and Messaging apps are compatible with Android Auto. We don't have plans to expand it to other categories in 2019"*.

164. Con *e-mail* del 21 dicembre 2018 l'amministratore delegato di Enel X Italia sollecita a Google una risposta definitiva sulla richiesta di rendere l'app Enel X Recharge (ora JuicePass) disponibile su Android Auto, con particolare riferimento alla possibilità di **(I)** restringere la ricerca dei punti di ricarica a quelli che presentano caratteristiche compatibili con il veicolo in uso, **(II)** selezionare una colonna ad un elenco preselezionato, **(III)** procedere ad una prenotazione della postazione elettrica e **(IV)** avviare la fase di ricarica²¹⁶. In tale comunicazione Enel X Italia evidenzia come in Android Auto non siano presenti solo *app* multimediali e di messaggistica ma anche *app* di navigazione, segnatamente Google Maps e Waze, entrambe di proprietà di Google. Enel X Italia sottolinea altresì di aver sviluppato JuicePass con l'obiettivo di garantire la sicurezza dell'utente alla guida utilizzando solo messaggi vocali per le interazioni utente-*app*, in linea con quanto fatto da Google per Google Maps e Waze su Android Auto.

²¹⁵ Si veda doc. DC5 (integrazione della segnalazione di Enel X Italia del 3 aprile 2019). Le relative *e-mail* sono altresì contenute in diversi documenti ispettivi (ad esempio, ISP57).

²¹⁶ Il 21 dicembre 2018 l'amministratore delegato di Enel X Italia scrive al referente in Google Italy: *"Riepilogo quindi nuovamente, come richiestomi per l'ennesima volta nella conference call di oggi, i casi d'uso che vogliamo rendere disponibili per gli utilizzatori della app X Recharge in mobilità: • ricerca di punti di ricarica compatibili con i bisogni di ricarica del cliente pre selezionati su X Recharge al momento della registrazione: tipo di presa, potenza • conferma da un elenco preselezionato • prenotazione della stazione di ricarica • abilitazione di avvio ricarica. Dopo tutti questi mesi di lavoro, sono quindi a chiederti cortesemente un riscontro definitivo relativamente alle nostre richieste di integrazione nel vostro ambiente Android Auto. Alla luce delle numerose e prolungate interazioni finora avvenute, considerata l'urgenza di fornire agli utenti di X Recharge in mobilità un servizio fruibile in piena sicurezza, ti chiedo cortesemente che tale riscontro venga fornito entro e non oltre il 18.1.2019"* (si vedano, tra gli altri, doc. DC5 e doc. ISP77).

165. Il 18 gennaio 2019 Google ribadisce via *e-mail* l'impossibilità di pubblicare l'app Enel X Recharge (ora JuicePass) su Android Auto. Ciò in quanto sono disponibili su Android Auto solo tre categorie di *app*, segnatamente (A) *media* (B) *messaggistica* e (C) *navigazione*. Inoltre, [p]er motivi di sicurezza alla guida dell'utente e per altre ragioni tecniche" Google non rende disponibili su Android Auto altre categorie di *app*, né *app* di navigazione di terzi; un ampliamento delle categorie di *app* "richiederebbe l'utilizzo di ingenti risorse tecniche che Google non ha ancora a disposizione per Android Auto". Google, che pure stima di poter aprire in un futuro prossimo Android Auto ad *app* di navigazione di soggetti terzi, afferma di ritenere Enel X Recharge (ora JuicePass) una *app* volta ad offrire servizi di prenotazione e non una *app* di navigazione e dice di non essere in grado di stimare quando Android Auto sarà in grado di ospitare *app* che offrono utilità come la prenotazione di servizi. Google richiama altresì i contatti avviati con Enel X Italia per integrare le informazioni sulle colonnine di ricarica contenute nella *app* Enel X Recharge in Google Maps²¹⁷.

I contatti tra Enel X Italia e Google sulla questione della app Enel X Recharge (ora JuicePass)

I contatti precedenti all'apertura del procedimento istruttorio

166. Nel luglio 2018, Enel X Italia ha avviato lo sviluppo della versione della *app* Enel X Recharge (ora JuicePass) da integrare in Android Auto. In particolare, Enel X Italia contatta Google per avere indicazioni su come fare. Dagli scambi interni a Google che seguono emerge che ci sono linee guida (destinate agli sviluppatori) solo per *app* di *messaggistica* e *media* e mentre le collaborazioni *ad hoc* sono riservate alle case automobilistiche²¹⁸.

167. Nel mese di ottobre 2018, dopo i primi due dinieghi, Enel X Italia colloca la questione dell'app Enel X Italia (ora JuicePass) nel quadro complessivo delle negoziazioni in essere con Google che riguardano l'integrazione delle informazioni sulle colonnine di ricarica in Google Maps e un accordo per la fornitura di servizi *cloud*; Enel X Italia precisa a Google che la questione dell'app costituisce una priorità e annuncia pressioni per ottenere un ampliamento delle categorie di *app* compatibili con Android Auto²¹⁹. Dopo il terzo diniego Enel X Italia scrive a Google rilevando che "I.- L'App ha tutto il senso che sia su Android Car. È assolutamente meglio per le persone averlo sulla macchina

²¹⁷ Il 18 gennaio 2019 il referente in Google scrive all'amministratore delegato di Enel X Italia "Pertanto, ad oggi, sono disponibili su Android Auto solamente *app* appartenenti alle seguenti categorie: • *messaggistica* • *multimediali* • *navigazione*. ... Per motivi di sicurezza alla guida dell'utente e per altre ragioni tecniche, rendere disponibili su Android Auto altre categorie di *app* o ulteriori *app* di navigazione richiederebbe l'utilizzo di ingenti risorse tecniche che Google non ha ancora a disposizione per Android Auto. ... Peraltro, mentre è ragionevole stimare che Android Auto sia in grado di supportare anche *app* di navigazione sviluppate da terze parti in un futuro non troppo lontano (verosimilmente, però, non prima del prossimo anno), l'*app* Enel X Recharge non rientra tecnicamente nemmeno tra le *app* di navigazione, bensì tra le *app* che permettono di prenotare un servizio che utilizza aspetti di navigazione, che non è però il suo scopo principale. Purtroppo, ad oggi, non siamo in grado di stimare quando Android Auto potrà ospitare *app* volte e prenotare servizi o prodotti" (si vedano doc. DC5 e doc. ISP77).

²¹⁸ In un'*e-mail* del 25 luglio 2018 si legge: "di fatto non c'è altro oltre a queste linee guida pubbliche con le quali si possono sviluppare solo *app* di *messaging* e *music*. Queste info ce le aveva date il pm [GL24, Strategic Partnerships, Partner Development Manager]@google.com], scrivendoci che tutte le altre personalizzazioni erano riservate agli Automakers, magari si potrebbe provare a capire con lui se Enel-X possa rientrare fra questi creando una partnership *ad hoc*" (si veda doc. ISP34).

²¹⁹ In un'*e-mail* del 23 ottobre 2018 si legge: "Per Enel X i principali temi da approfondire sono: - *integrazione stazioni di ricarica in Maps* ... - *integrazione app Enel X con Android auto, con le problematiche commentate oggi relative al superamento dello standard. Next step: insistere con Product Manager Android per inclusione nello standard di altri servizi oltre alla messaggistica. Questo per noi è un tema prioritario*" (doc. ISP25, enfasi nell'originale).

*che soltanto sul telefono. 2.- Il tema che l'App non è del tipo che è stato definito come valida, non si può capire. 3.- Parlare di collaborazione tra Google ed Enel, con queste cose, non sembra un buon comincio...*²²⁰.

168. Nel mese di dicembre 2018 si sono avuti ulteriori contatti tra Google ed Enel X Italia, in particolare un incontro (3 dicembre 2018) e due chiamate (19 e 21 dicembre 2018)²²¹. In questa fase Google ha proposto a Enel X Italia due soluzioni alternative alla pubblicazione (su Google Play) di una versione compatibile con Android Auto: **(a)** integrare le informazioni sulle colonnine contenute nell'app Enel X Recharge (ora JuicePass) all'interno di Google Maps e usare Google Assistant per dare comandi vocali a Google Maps; **(b)** sviluppare versioni della app Enel X Recharge (ora JuicePass) per i diversi sistemi di *infotainment* dei costruttori di auto²²².

169. Enel X Italia ritiene non soddisfacenti le due soluzioni prospettate. La prima perché l'utente non interagirebbe con la app Enel X Recharge (ora JuicePass) bensì con Google Maps; inoltre, l'utente non potrebbe comunque procedere alla prenotazione delle colonnine di ricarica. La seconda perché costringerebbe *“non solo a stringere accordi con ogni singolo costruttore, ma anche a mantenere infinite versioni quante sono quelle installate sui diversi ambienti: uno sforzo non giustificabile a fronte dei casi d'uso coperti”*²²³.

170. Con specifico riferimento all'ipotesi di integrazione delle informazioni sulle colonnine di ricarica in Google Maps, e alla conseguente ricerca delle colonnine e navigazione verso le stesse tramite Google Maps, Enel X Italia ha posto in evidenza che Google enterebbe in possesso dei seguenti dati:

- area nella quale l'utente effettua maggiormente la ricarica (derivata dalla geolocalizzazione dell'utente);
- abitudini dell'utente durante la ricarica dell'auto (derivata dalla geolocalizzazione dell'utente);
- tipologia di auto elettrica in possesso dell'utente (derivata dalla tipologia di colonnina raggiunta);
- frequenza di ricarica dell'auto elettrica;
- stima dei chilometri che l'utente effettua con l'auto elettrica (derivata dalla frequenza di ricarica dell'auto elettrica);
- tempi di ricarica²²⁴.

171. Il mese di dicembre 2018 vede, inoltre, un'escalation della questione posta da Enel X Italia all'interno di Google. La funzione aziendale Google Cloud riporta la controversia alla funzione EMEA Partnerships con richiesta di intervenire presso il *team* Android Auto per trovare una

²²⁰ Si veda doc. ISP57, in particolare *e-mail* di [Omissis] a [Omissis].

²²¹ Si vedano doc. DC1 (segnalazione di Enel X Italia), doc. ISP59 (minute delle *call* del 19 e 21 dicembre 2018), e doc. ISP120.

²²² Si veda doc. DC1 (segnalazione di Enel X Italia). Si veda altresì *e-mail* del 21 dicembre 2018 con la quale l'amministratore delegato di Enel X Italia chiede una risposta definitiva a Google sulla questione della pubblicazione su Android Auto della app Enel X Recharge (ora JuicePass); questa *e-mail* è contenuta in diversi documenti tra cui doc. DC5 e doc. ISP77. Si precisa che nella soluzione alternativa *sub b* Enel X Italia avrebbe dovuto utilizzare i *Software Development Kit* (SDK) di Android Auto che la stessa Google fornisce alle case automobilistiche. Infatti, la politica di pubblicazione per Android Auto prevede che le case automobilistiche possano sviluppare app per Android Auto utilizzando strumenti di programmazione *“full screen”* (e non *template*).

²²³ Si veda *e-mail* del 21 dicembre 2018 con la quale l'amministratore delegato di Enel X Italia chiede una risposta definitiva a Google (contenuta, tra gli altri, nei documenti DC5 e ISP77).

²²⁴ Si veda doc. n. 73 (istanza di adozione di misure cautelari di Enel X Italia del 20 febbraio 2020), in particolare perizia allegata.

soluzione “win-win” ed evitare che Enel X Italia scriva alla Commissione Europea denunciando che Google favorisce i propri prodotti (Google Maps e Google Assistant)²²⁵. Infatti, la questione della mancata pubblicazione della *app* su Android Auto era stata portata ai livelli più elevati di Enel X Italia ed era stata riferita l’intenzione di denunciare all’antitrust europeo il rifiuto di Google²²⁶.

172. Inoltre, Enel X Italia riferisce a Google che il governo italiano, in vista di interventi finanziari sulla mobilità elettrica, avrebbe chiesto al Gruppo Enel di implementare tutte le utilità necessarie per la mobilità elettrica, tra cui la *app* Enel X Recharge (ora JuicePass). Pertanto, Enel X Italia avverte che informerà il governo italiano di ogni situazione “bloccante” rispetto a questo compito²²⁷.

173. Seguono due momenti rilevanti nell’escalation della questione della *app* Enel X Recharge. Il primo vede l’intervento dell’amministratore delegato di Enel X Italia, che con *e-mail* del 21 dicembre 2018 chiede a Google una risposta definitiva sulla richiesta di pubblicare la *app* Enel X Recharge (ora JuicePass) su Android Auto. Il secondo vede l’intervento dell’amministratore delegato del Gruppo Enel e porta ad una *call*, tenutasi in data 28 febbraio 2019, alla quale partecipano due *Vice President* di Google.

174. Nel tempo che intercorre tra i richiamati momenti dell’escalation si arrestano le negoziazioni in essere tra Google e il Gruppo Enel con riguardo ad un possibile rapporto di fornitura di servizi di *cloud computing* e all’integrazione delle informazioni sulle colonnine di ricarica (contenute della

²²⁵ Il 14 dicembre 2018 [G12, Google Cloud, Country Manager] scrive a [GF1, EMEA Partnerships, President]: “I’d need your help in order to prevent ENEL writing a letter to EU, asking to investigate Google practices preventing third party publishing their apps on Android auto, privileging Google own apps (Maps, Assistant) usage. I would advise to: • escalate ENEL request to Android Auto team in order to make them aware of the issue, verifying if solutions proposed to ENEL so far are the best we can do • secure Android Auto exec availability for a call with [Omissis] (ENELX CEO). I trust we can explain/find a win-win solution with ENEL on this issue” (doc. ISP67).

²²⁶ Nella già citata *e-mail* del 14 dicembre 2018 [G12, Google Cloud, Country Manager] spiega a [GF1, EMEA Partnerships, President]: “At this point ENEL escalated at all levels: [Omissis] (CIO), [Omissis] (Chief of Procurement), [Omissis] (Head of IT in EnelX) and others got in touch with me and [G11, Google Cloud, Account Manager] (Cloud FSR in Rome) asking for App approval on Android Auto. They froze any negotiation on Cloud in order to put pressure. Then, [Omissis] (ENEL CIO) called me today stating that ENELX CEO, [Omissis], advised him he’s willing to write at the EU as Google is preventing them publishing Recharge app, proposing Enel services availability through Google Maps and Assistant apps” (doc. ISP67, enfasi nell’originale).

In un documento interno, presumibilmente datato 17 dicembre 2018, si legge “Enel is now threatening to bring this topic to the European Commission, as they believe Google is abusing of dominant position (believing only Google-owned navigation apps are made compatible)” (doc. ISP58, enfasi nell’originale).

Il 18 dicembre 2018 [G11, Google Cloud, Account Manager] scrive ad [GL12, Platforms Google Play, Play BD Product Specialist] “Unfortunately during this week ENEL escalated further for their request. I introduced the possible solutions discussed (use Assistant and Maps or Work with an OEM) but it seems they do not satisfy them. ENEL CIO got in touch with our GM in Italy saying ENEL will probably send a note to European Community on this matter” (doc. ISP57).

²²⁷ In una *e-mail* del 21 dicembre 2018, [G12, Google Cloud, Country Manager] riferisce: “[Omissis] was clear in stating that italian government is planning financial investments for renewables energy sources in general and electric cars in particular, asking to ENEL (as italian electricity incumbent operator) to implement all facilities (charging points across the country, etc) in order to enable scenario design by government. Providing recharging apps is part of this scenario, [Omissis] stated he ... “will let government know anything Enel won’t be able to secure due to third party blockers”, referring to our issue” (doc. ISP120). Si veda anche ISP59 (minute delle *call* del 19 e 21 dicembre 2018 con Enel X Italia).

app di Enel X Italia) in Google Maps²²⁸. In questo periodo si colloca una *call*²²⁹ il cui contenuto (come riportato tra i vertici di Enel X Italia e del Gruppo Enel) descrive lo stato della negoziazione: Enel X Italia chiede a Google quale sia la procedura per testare la sicurezza d'uso di una *app* quando l'utente è alla guida e si dice pronta a seguire siffatta procedura per rendere la propria *app* conforme agli *standard* di sicurezza messi a punto da Google²³⁰; Google risponde che non è possibile fornire ulteriori informazioni sulla procedura in questione e che, in definitiva, i responsabili del prodotto sono contrari ad un ampliamento delle tipologie di *app* presenti su Android Auto (“*We were, once again, told that they couldn't provide that information and that the people in charge of the product were against opening to other Apps*”)²³¹. L'atteggiamento di chiusura di Google alla pubblicazione della *app* Enel X Recharge (ora JuicePass) provoca una forte frustrazione all'interno di Enel X Italia (“*the level of disappointment and frustration of the whole team is quite high*”)²³².

175. Successivamente alla *call* del 28 febbraio 2019 alla quale partecipa l'amministratore delegato del Gruppo Enel, Enel X Italia avanza alcune richieste e chiede chiarimenti a Google con riguardo alla possibilità di integrare le informazioni sulle colonnine in Google Maps; ciò al fine di verificare la fattibilità di soluzioni che, sebbene considerate insoddisfacenti, potessero aumentare la fruibilità della *app* Enel X Recharge (ora JuicePass), in attesa della pubblicazione su Android Auto²³³. In particolare, Enel X Italia chiede se sia possibile fornire il flusso di dati per Google Maps attraverso API (*Application Programming Interface*) *ad hoc*, invece che secondo il formato GELFS, e se sia possibile consentire un *link* alla *app* Enel X Recharge (ora JuicePass) all'interno di Google Maps²³⁴.

²²⁸ In uno scambio di e-mail del 23 gennaio 2019, [G13, Global Product Partnerships, Manager] scrive a [GS1, Google Maps/Local, Strategic Partner Manager] e [GS3, Geo, Strategic Partnership Lead]: “*due to a controversial issue with Cloud and Android Auto teams, our discussion with them has been put on hold from the partner they hope to continue the collaboration as soon as possible but they don't know if and when. ... There is a lot of people involved (policy, legal, product, cloud and more) since the issue has been escalated, I've been involved so I will follow*” (si veda doc. ISP96). In una nota interna di preparazione alla *call* del 28 febbraio 2019 con l'amministratore delegato del Gruppo Enel si legge che dopo i rifiuti alla richiesta di pubblicazione dell'*app* Enel X Recharge (ora JuicePass) su Android Auto ed essendo le soluzioni alternative proposte da Google ritenute non soddisfacenti “[a]s a result Enel stopped all the interactions with Google” (ISP5).

²²⁹ Si veda doc. ISP59.

²³⁰ “[W]e asked what was the testing procedure and criteria that they followed to make their Apps driver-safe. We also added that we were more than happy to follow the same process and we were ready to be “Google certified for driver-safety”” (si veda doc. ISP73, in particolare e-mail di [Omissis] a [Omissis] del 30 gennaio 2019).

²³¹ “*We were, once again, told that they couldn't provide that information and that the people in charge of the product were against opening to other Apps*” (doc. ISP73, in particolare e-mail di [Omissis] a [Omissis] del 30 gennaio 2019).

²³² Si veda doc. ISP73, in particolare e-mail di [Omissis] a [Omissis] del 30 gennaio 2019.

²³³ Enel X Italia ha precisato “*di aver manifestato interesse per le due soluzioni alternative solo al fine di rendere disponibile agli utenti i propri servizi per la mobilità elettrica, seppure in forme ritenute non soddisfacenti, per il periodo necessario per giungere alla piena integrazione di JuicePass in Android Auto, che resta il solo obiettivo*” (si veda doc. n. 43, verbale dell'audizione di Enel X Italia del 10 ottobre 2019).

²³⁴ “*Enel was happy with the 2 examples we showed and asked to follow up, so I need your support and advice: **Option (1) Maps integration** They want a seamless experience both on Mobile and Auto using Maps. They would like to go on with GELFS, showing API on position but also on availability and characteristics. @[GA, Google Maps & Android Auto, Group Product Manager] as this will be soon available which are the specifics for Enel? ... **Option (2) AoG** is it possible to create an action to book the station on Auto where the app is not installed? @[GL10, Auto, Product Manager] can you give advice?” (doc. ISP47, in particolare e-mail di [G11, Google Cloud, Account Manager] del 2 marzo 2019 2:18 AM). In un'e-mail del 19 marzo 2019 i referenti di Google scrivono al referente di Enel X Italia: “*ti inviamo di seguito un quick update del piano discusso per XRecharge e relativa integrazione su Maps. The plan will result in: 1. Having Maps team to include Enel X data through API to show data about location/characteristics and real time availability of charging stations. On this point we usually request data in GELF format but we are going to evaluate if we can integrate it in the format provided by Enel - to be confirmed 2. Having Maps team to eval the inclusion of X Recharge app link in Maps so**

Enel X Italia chiede altresì che venga definita una tempistica per l'implementazione delle soluzioni prospettate ma Google non è disposta a modificare i propri piani di lavoro né a impegnarsi sui tempi di implementazione delle attività richieste²³⁵.

I contatti successivi all'apertura del procedimento istruttorio

176. Ulteriori contatti tra Enel X Italia e Google si sono avuti successivamente all'apertura del procedimento istruttorio. In particolare, nei mesi di settembre, ottobre e novembre 2020, a seguito all'annuncio da parte di Google della prossima apertura di Android Auto ad *app* di navigazione di terzi nonché ad *app* per la ricarica elettrica e per il parcheggio²³⁶, Google avrebbe proposto a Enel X Italia di sottoscrivere un accordo di riservatezza al fine di accedere a un trattamento privilegiato nella tempistica di pubblicazione della propria *app* su Android Auto²³⁷; tale vantaggio è già stato accordato da Google ad alcuni sviluppatori di *app*, che Google definisce “*early access partner*”, che hanno collaborato con la medesima Google per lo sviluppo del *template* per le nuove categorie di *app* ammesse²³⁸; tra gli sviluppatori “*early access partner*” figurano due *competitor* di Enel X Recharge, e segnatamente PlugShare e Charge Point. Ad ogni modo, fino a che non sarà rilasciata la versione definitiva del nuovo *template* per Android Auto, l'eventuale pubblicazione delle relative *app* potrà avvenire in versione *beta test* e in un'area di Play Store riservata a tale tipologia di *app* e nota ad un numero limitato di utenti disponibile a scaricare e utilizzare *app* in versione non definitiva²³⁹.

177. In particolare, in data 14 ottobre 2020 Enel X Italia ha portato a conoscenza dell'Autorità di essere stata contattata da Google con riguardo alla prospettata apertura di Android Auto e di essere stata invitata a sottoscrivere un accordo di riservatezza al fine di ricevere informazioni sul processo che potrebbe portare alla pubblicazione dell'*app* JuicePass (già Enel X Recharge) su Android

users can be easily redirect to buy/pay the recharge through the app” (doc. DC5, integrazione della segnalazione di Enel X Italia).

²³⁵ “*On timeline: • We cannot commit on 3rd party linking time frame. As things stand, I'd prefer we do not give any indication of when this is coming*” (doc. ISP47, in particolare *e-mail* di [GA, Google Maps & Android Auto, Group Product Manager] del 6 marzo 2019 ore 00:32).

“*I joined the ENEL meeting last week and realised the partner has misleading expectations on data integration by 4 weeks, that is unfortunately something we cannot commit as reported by product. So far what we can propose them is EOY [End-of-Year] for EV data integration into Google maps and a TBD [To-Be-Defined, ndr] for the payment/booking feature*” (ISP106, in particolare *e-mail* di [G13, Global Product Partnerships, Manager] del 18 marzo 2019 10:05).

²³⁶ Si veda *post* di Google “*New ways to reach more drivers on Android for cars*” dell'11 agosto 2020 (si veda <https://android-developers.googleblog.com/2020/08/android-for-cars.html>, in doc. n. 194).

Si veda anche *post* di Google “*Introducing the Android for Cars App Library*” del 15 ottobre 2020 con il quale si dà notizia del rilascio di una versione *beta* dei *template* per *app* di navigazione, per il parcheggio e per la ricarica elettrica (<https://android-developers.googleblog.com/2020/10/introducing-android-for-cars-app-library.html>, in doc. n. 194). In tale *post* viene, tra l'altro, specificato: “*We're looking forward to enabling Google Play Store publishing for your beta apps in the coming months*”.

²³⁷ Si vedano doc. n. doc. n. 166 (comunicazione di Enel X Italia a Google Italy del 14 ottobre 2020) e doc. n. 170 (risposta di Google Italy a Enel X Italia del 20 novembre 2020).

²³⁸ Si veda doc. n. 170 (risposta di Google Italy a Enel X Italia del 20 novembre 2020).

²³⁹ Si veda doc. n. 173 (nota di aggiornamento di Enel X Italia del 18 dicembre 2020).

Auto²⁴⁰. In tale occasione Enel X Italia ha rivolto puntuali richieste di chiarimento a Google in merito alle caratteristiche della soluzione prospettata²⁴¹.

178. In data 20 novembre 2020, Google ha risposto punto per punto alle richieste di Enel X Italia del 14 ottobre 2020. Google ha altresì precisato che ad oggi solo gli operatori che sono *early access partner*, tra questi PlugShare e Charge Point, possono pubblicare su Android Auto le rispettive *app*, sviluppate con una versione *beta* del *template*, mentre per gli altri sviluppatori la pubblicazione avverrà “*as soon as practical*”²⁴². Laddove Enel X Italia decidesse di firmare l’accordo di riservatezza avrebbe il medesimo trattamento degli *early access partner* e cioè potrebbe sviluppare la propria *app* utilizzando la versione *beta* del *template* e vedere pubblicata tale versione su Android Auto. Inoltre, se Enel X Italia avesse sottoscritto l’accordo di riservatezza prima del 15 ottobre 2020 avrebbe potuto cominciare a utilizzare la versione *beta* del *template* prima del suo rilascio alla platea degli sviluppatori (diversi dagli *early access partner*)²⁴³.

179. In data 18 dicembre 2020, Enel X Italia ha precisato che le *app* sviluppate in versione *beta* vengono pubblicate “*nella sezione del Play Store di Google riservata alle app in beta test*” e che a tale sezione accede “*solo un ridotto numero di utenti consapevole dell’esistenza di tale sezione e che esplicitamente decidono di procedere con il download di una versione beta – e quindi per definizione incompleta e da affiancare in parallelo alla app di produzione sul proprio cellulare*”²⁴⁴. Pertanto, secondo Enel X Italia, rientrare tra gli *early access partner* consente di intervenire con propri commenti nel processo di *design and testing* del *template* ma non consente né la pubblicazione della *app* nelle modalità *standard* di Play Store né di avere un’indicazione chiara dei tempi nei quali siffatta pubblicazione potrà avvenire.

La politica di pubblicazione di Google per Android Auto

180. Il rifiuto di Google di pubblicare l’app Enel X Recharge (ora JuicePass) su Android Auto non dipende da questioni tecniche ma risulta conseguente ad una scelta aziendale di “*publishing policy*” su Android Auto. Questo viene acclarato fin dalle prime fasi dell’escalation (prima che l’amministratore delegato di Enel X Italia chieda a Google una risposta scritta e definitiva alla richiesta di pubblicazione della *app* Enel X Recharge). In un’e-mail interna a Google del 21 novembre 2018, si chiede se l’impossibilità di pubblicare la *app* Enel X Recharge su Android Auto dipenda da questioni tecniche ovvero ad una scelta di *policy*: “[a] *quick question: the reason why we cannot publish Enel X app on Android auto is only because of our actual publishing policy or,*

²⁴⁰ Si veda doc. n. 166 (comunicazione di Enel X Italia a Google Italy del 14 ottobre 2020).

²⁴¹ Le questioni poste riguardavano: (i) la tempistica di realizzazione del *template* alla luce del fatto che alcuni *competitor* di Enel X Italia, e segnatamente PlugShare e Charge Point, erano *partner* di Google nel relativo progetto; (ii) il perimetro delle funzionalità che saranno rese disponibili su Android Auto; (iii) il posizionamento su Android Auto di Google Maps e delle *app* di terzi per servizi connessi alla ricarica elettrica; (iv) lo sviluppo del *template* per *app* di navigazione, ricarica elettrica e parcheggio per Android Automotive Operating System.

²⁴² “*Currently, only early access partners can publish these apps on Google Play store. Once you sign the non-disclosure agreement and trusted tester agreement, you will be treated on an equal footing compared to our early access partners, and you will be able to publish JuicePass for Android Auto on Google Play. Otherwise, any developer will be able to publish its Android Auto-compatible app as soon as practical. We can send you again the draft non-disclosure and trusted tester agreements at your earliest convenience*” (doc. n. 170, risposta di Google a Enel X Italia del 20 novembre 2020).

²⁴³ “[I]f you had signed the non-disclosure agreement and trusted tester agreement, you would have been able to start developing a beta version of JuicePass for Android Auto before October 15” (si veda doc. n. 170).

²⁴⁴ Si veda doc. n. 173 (nota di aggiornamento di Enel X Italia del 18 dicembre 2020).

*reviewing the app you also found technical blockers? (i.e. user interface etc)*²⁴⁵. La risposta è che dipende da una scelta di *policy*: “*That's correct. It's a publishing policy. At the moment, the only apps that are approved on Android Auto are Media and Messaging apps*”²⁴⁶.

181. La politica di pubblicazione su Android Auto focalizzata solo su alcune categorie di *app* appare una ragione “sorprendente” per rifiutare la pubblicazione su Android Auto dell’*app* di Enel X Italia a [GL7, Google Cloud, President], figura apicale all’interno di Google. Questi, in un’e-mail del 1° febbraio 2019, portando all’attenzione di [GL1, Android, V. P. Engineering] la questione della mancata pubblicazione della *app* Enel X Recharge e le sue implicazioni per la negoziazione di un importante accordo sui servizi *cloud* con il Gruppo Enel, osserva: “[a]pparently the AA team is telling them that we are only focusing on Entertainment and Messaging Apps and hence can not accommodate their asks of being “distributed” on AA. I find our reasons to be a bit “surprising” but love to hear from you if this is just me here”²⁴⁷.

182. La limitatezza delle categorie di *app* che possono essere pubblicate su Android Auto viene rapportata alla limitatezza delle risorse disponibili. In effetti, la funzione Android Auto afferma il proprio interesse ad ampliare le categorie di *app* sull’ambiente auto – così confermando che non esistono limiti tecnici a che ciò avvenga – ma rileva che esistono priorità e vincoli di risorse che non lo rendono possibile nel prossimo futuro. In una *e-mail* del 1° febbraio 2019, in risposta all’osservazione sopra riportata di [GL7, Google Cloud, President], [GL1, Android, V. P. Engineering] illustra questa posizione: “*We absolutely want to enable third party apps, but it's a complex problem to solve, so we currently support three categories of apps ... We *do* want to open up to more categories, but need to build a framework that mitigates the complexity, and that won't likely happen in 2019 given our other priorities and resource constraints*” (enfasi nell’originale)²⁴⁸.

183. La politica aziendale di pubblicazione di *app* su Android Auto è stata definita da Google in considerazione delle esigenze di sicurezza alla guida, che comportano la necessità di sottoporre a *test* le funzionalità utilizzabili alla guida, e delle preferenze degli utenti, che in prima battuta vanno alle *app* di navigazione, messaggistica e *media*. La limitatezza delle risorse dedicate non consente nel breve periodo l’ampliamento delle categorie pubblicate.

184. In una *e-mail* interna del 29 novembre 2018 si illustra la politica di Google per la pubblicazione di *app* su Android Auto: “[a]utomotive industry is an industry very co[n]scious of security driver distraction is a big thing for us | we are testing apps with automotive to ensure security is granted | messaging and maps is what users want to do in the car so we are testing those top use cases and figure out how they work and then will study additional use cases”²⁴⁹. In un’e-

²⁴⁵ Si veda doc. ISP57, in particolare *e-mail* del 21 novembre 2018 di [G11, Google Cloud, Account Manager] a [GL12, Platforms Google Play, Play BD Product Specialist].

²⁴⁶ Si veda doc. ISP57, in particolare *e-mail* del 27 novembre 2018 di [GL12, Platforms Google Play, Play BD Product Specialist].

²⁴⁷ Si veda doc. ISP10.

²⁴⁸ Si veda doc. ISP10.

In un’e-mail del 18 dicembre 2018 [GL11, Android Auto, Product Manager] evidenzia l’interesse ad ampliare le categorie di *app* pubblicate, interesse che si scontra, tuttavia, con la limitatezza delle risorse disponibili: “[a]s much as we'd like to open up to other categories of apps, we simply don't have the bandwidth to take on another category. This is likely to remain the case for at least 2019” (doc. ISP57, enfasi nell’originale).

²⁴⁹ Si veda doc. ISP76, in particolare *e-mail* di [G11, Google Cloud, Account Manager] del 29 novembre 2018 nel quale viene riportato il contenuto di un colloquio con [GL12, Platforms Google Play, Play BD Product Specialist].

mail interna del 18 dicembre 2018 viene altresì spiegato che la strategia di Android si fonda su due pilastri “*Resourcing / priorities of the Android Auto team*” e “*Driver distraction*” (enfasi nell’originale) e che le risorse sono state prioritariamente allocate alle tre categorie di *app* che gli utenti ritengono più importanti nei loro tragitti e cioè navigazione, *media* e messaggistica²⁵⁰.

185. Quando viene discussa ai livelli più elevati, al culmine dell’escalation (successivamente all’intervento dell’amministratore delegato del Gruppo Enel a sostegno della richiesta di pubblicazione della *app* di Enel X Italia), la politica aziendale di pubblicazione di *app* su Android Auto viene inquadrata in una cornice più ampia i cui elementi portanti sono la necessità di governare la complessità informatica della proiezione delle *app* sulle unità di *infotainment* delle auto, le risorse necessarie, gli obblighi contrattuali con i costruttori di auto e la responsabilità di Google per le *app* distribuite tramite Google Play. In una *e-mail* interna del 1° febbraio 2019 viene spiegato: “*the situation isn't one we can easily unblock. Managing vehicle integration and driver distraction is a complex problem for us -- it's resource intensive, we have contractual commitments to car makers to review every app, and we ultimately take liability for the apps distributed through the Play Store*” ... *On top of the driver distraction issues, we need to make sure every app works across a wide diversity of screen configurations with touchscreen, rotary, touchpad, dpad, etc. input*”²⁵¹.

186. Questo ha portato Google a individuare tre categorie di *app* pubblicabili su Android Auto, come spiegato nella medesima *e-mail* interna: “*we currently support three categories of apps: 1.) Media -- through a template we control (so can manage driver distraction, vehicle integration, associated liability, etc.) 2.) Messaging -- through a template we control, and through Assistant (voice-only) 3.) Actions on Google Assistant -- voice only integrations where we can manage driver distraction*”²⁵². La presenza di Google Maps e Waze non costituisce un’eccezione a questa impostazione in quanto si tratta di *app* con una larga base utenti, che sono in cima alle richieste degli utenti e che, essendo di proprietà di Google, consentono una gestione più diretta delle questioni afferenti alla responsabilità²⁵³.

187. Allargando lo sguardo a considerare gli strumenti di programmazione per lo sviluppo di *app* compatibili con Android Auto, emerge un quadro più complesso. Alle categorie di *app* basate su *template*, e cioè *media* e messaggistica, e alle *app* basate su Actions-on-Google, si aggiungono le *app* che usano strumenti di programmazione “*full screen*” e cioè senza le limitazioni derivanti da modelli predefiniti quali sono i *template*. Gli strumenti di programmazione “*full screen*” sono riservati a Google, che li ha usati per sviluppare le versioni per Android Auto di Google Maps e

²⁵⁰ Si veda doc. ISP57, in particolare *e-mail* di [GL11, Android Auto, Product Manager] del 18 dicembre 2018. Per quanto concerne il vincolo delle risorse e la definizione delle priorità “[r]ight now, we are only staffed sufficiently to focus on the primary, critical user journeys that we’ve identified (through numerous studies) with our users. Namely, giving them the ability to (a) navigate, (b) listen to media, and (c) communicate via phone and text”. Quanto alla sicurezza alla guida “[o]ur core product vision is to provide a safe and seamless driving experience. To that end, we’ve done extensive testing on the handful of supported user journeys (enumerated in my previous point). To extend beyond these scenarios isn’t just a question of engineering effort, but moreover, how can we ensure that new app categories are introduced while continuing to keep the driver safe?”.

²⁵¹ Si veda doc. ISP10, in particolare *e-mail* del 1° febbraio 2019 di [GL1, Android, V.P. Engineering] a [GL7, Google Cloud, President].

²⁵² Si veda doc. ISP10, in particolare *e-mail* richiamata nella nota precedente.

²⁵³ “Google Maps and Waze are no exceptions here, but they have much larger user bases, were top user requests, and they are Google owned so we can more directly manage the liability risk” (doc. ISP10, in particolare *e-mail* richiamata nelle due note precedenti).

Waze, e alle case automobilistiche. Da ultimo, si aggiunge la categoria delle *custom app* (*app* personalizzate) che rientra nelle discussioni interne a Google sulla richiesta di Enel X Italia quando tra le *app* di navigazione viene citata la *app* Kakao (disponibile solo per la Corea del Sud)²⁵⁴.

188. In un'e-mail interna del 18 dicembre 2018, viene specificato che le case automobilistiche sono abilitate a sviluppare *app* non basate su modelli predefiniti ("*full screen*", "*not-template-based*") per Android Auto in quanto dispongono degli strumenti e dell'esperienza necessari a condurre *test* di sicurezza sull'uso delle applicazioni alla guida: "[a]s OEMs are the only other organizations with the necessary equipment and experience for running comprehensive safety studies that adheres to the various international guidelines (NHTSA, AAM, ESOP, JAMA), they are the only ones that have been granted to our "*full screen*" (not template-based) SDK [Software Development Kit, ndr]²⁵⁵.

189. In un'e-mail successiva (19 dicembre 2018) viene precisato che Google Maps e Waze rientrano nei casi di programmazione "*full screen*" su Android Auto e che in aggiunta c'è una *app* di navigazione, Kakao, per la sola Corea del Sud: "As for Waze, and in general mapping applications, this falls into the same "*full screen*" category that I described. In this case, we were able to do the safety certification ourselves. By the way, Waze is not the only additional mapping application (other than Google Maps). In S Korea, we support a Korean mapping app named Kakao (as using GMM and Waze weren't permitted by S Korean law). Again, that went through extensive driver distraction evaluation"²⁵⁶.

190. Per quanto concerne la comunicazione della politica aziendale di pubblicazione di *app* compatibili con Android Auto, vale evidenziare che nei primi tre dinieghi (20 e 21 settembre e 8 novembre 2018) Google afferma che le categorie di *app* pubblicabili sono due, *media* e *messaggistica*, mentre solo nel terzo diniego (risposta a Enel X Italia del 18 gennaio 2019) viene citata la terza categoria di *app*, *navigazione*, che tuttavia non è aperta a terzi in mancanza di un *template*. Peraltro, il riferimento alle *app* di navigazione viene aggiunto perché Enel X Italia fa rilevare la presenza di Google Maps e Waze su Android Auto: in un'e-mail interna a Google, del 27 novembre 2018, viene riferito: "[a]lso, a feedback they are sharing is that in android auto you can find applications which are not strictly media and messaging. Is that true?"²⁵⁷.

191. La politica aziendale di pubblicazione di *app* per Android Auto aveva già portato Google a opporre un rifiuto ad altri sviluppatori, tra cui il gruppo automobilistico [Omissis]²⁵⁸ e lo

²⁵⁴ In un'e-mail del 10 gennaio 2019 [GL12, Platforms Google Play, Play BD Product Specialist], riferendo un colloquio con [GL11, Android Auto, Product Manager], fornisce il quadro completo della politica di Google per la pubblicazione di *app* su Android Auto: "we currently only support: 1. Navigation apps, currently limited to Google Maps, Waze, and Kakao (South Korea only) 2. Media apps 3. Messaging apps 4. OEM-developed apps 5. Assistant-integrated interactions via "Actions on Google"" (doc. ISP31).

²⁵⁵ Si veda doc. ISP57, in particolare e-mail di [GL11, Android Auto, Product Manager] del 18 dicembre 2018.

²⁵⁶ Si veda doc. ISP57, in particolare e-mail di [GL11, Android Auto, Product Manager] del 19 dicembre 2018.

²⁵⁷ Si veda doc. ISP57, in particolare e-mail del 27 novembre 2018 di [GI2, Google Cloud, Country Manager]. Le uniche *app* non rientranti nelle categorie *media* e *messaggistica* erano Google Maps e Waze (Kakao è disponibile solo per la Corea del Sud).

²⁵⁸ Si veda doc. ISP19, in particolare e-mail di [GF3, EMEA Media & Entertainment and Automotive Partnerships, Director] del 18 dicembre 2018 4:45 PM. Si veda anche doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020) nella quale Google ha affermato di aver negato "*in vari casi*" la pubblicazione di *app* di terzi citando, a titolo di esempio, i casi di [Omissis] (applicazioni per *webinar* e teleconferenze) e dello sviluppatore di una *app* di gioco, oltre a quello del gruppo automobilistico [Omissis].

sviluppatore di *app* di navigazione [Omissis]²⁵⁹. La considerazione del fatto che Enel X Italia non è stata la prima a chiedere la pubblicazione di una *app* che Google ritiene non ricadere nella relativa politica aziendale, porta un referente di Google ad affermare che si debba mettere a punto un chiaro piano di comunicazione su cosa si può pubblicare e cosa non si può pubblicare su Android Auto: “[b]tw, this is not specific to Enel, this is a concern that has been raised by others like [Omissis], and we need a clear communication plan on what we can do and cannot do in the short and longer term”²⁶⁰. Inoltre, nel confronto interno a Google per la predisposizione della risposta sollecitata dall’amministratore delegato di Enel X Italia emerge che non esistono una classificazione pubblica né una interna delle categorie di *app* (“We don't have any publicly (or for that matter, internally) definition of what we consider to be "media" vs. "communications" vs. "navigation" app”)²⁶¹.

L'app di Enel X Italia nel quadro della politica di pubblicazione di Google per Android Auto

192. Gli scambi interni a Google per affrontare la questione posta da Enel X Italia, fanno emergere quale sia la politica interna di pubblicazione di *app* per Android Auto e, al contempo, le potenziali soluzioni alla pubblicazione di *app* che non rientrino nelle categorie per le quali sono già stati sviluppati *template*. Si tratta di soluzioni che non sono di immediata implementazione, in quanto richiedono dei cambiamenti rispetto allo *status quo*, ma che vengono esplicitamente contemplate nel dibattito interno a Google.

193. La soluzione più “lineare” è che Google sviluppi un nuovo *template*. Questa soluzione richiede, però, che Google dedichi risorse a questo progetto. Con le parole di un *product manager* di Android Auto: “how can we ensure that new app categories are introduced while continuing to keep the driver safe? The "right way" to do this is for us to test new layout templates against industry safety guidelines, but again due to resourcing challenges, we don't currently have the capacity to do so”²⁶².

194. In linea teorica, dal punto di vista di Google, Actions-on-Google può rappresentare la “migliore” soluzione per integrare la *app* di Enel X Italia in Android Auto in quanto Google Assistant (deputato a riconoscere i comandi vocali) è integrato in Android Auto e le interazioni basate esclusivamente su comandi vocali sono considerate sicure per gli utenti alla guida²⁶³. Tuttavia, le

²⁵⁹ Si veda doc. ISP57, in particolare *e-mail* di [GSw1, Legal Competition, Senior Competition Counsel] del 20 dicembre 2018 11:51 AM.

²⁶⁰ Si veda doc. ISP19, in particolare *e-mail* di [GF3, EMEA Media & Entertainment and Automotive Partnerships, Director] del 18 dicembre 2018 4:45 PM.

²⁶¹ Si vedano doc. ISP48 e ISP118, in particolare *e-mail* di [GL11, Android Auto, Product Manager] del 17 gennaio 2019 7:05 AM.

²⁶² Si veda ISP57, in particolare *e-mail* di [GL11, Android Auto, Product Manager] del 18 dicembre 2018.

²⁶³ In un’*e-mail* del 10 gennaio 2019, [GL12, Platforms Google Play, Play BD Product Specialist] riferendo a [G11, Google Cloud, Account Manager] di un confronto avuto con [GL11, Android Auto, Product Manager], individuate le categorie di *app* che possono essere pubblicate su Android Auto (media, messaggistica, navigazione, case automobilistiche e Actions-on-Google) e sottolineati i vincoli di risorse, conclude: “[t]he best integration option for them at the current time is Actions on Google” (si veda doc. ISP31).

In un’*e-mail* del 10 gennaio 2019, [G11, Google Cloud, Account Manager] chiede spiegazioni sulla soluzione prospettata: “If I understand well, we are proposing AoG integration to allow app to be used via Android Auto. Is not clear to me how the AoG would work without the app on Android Auto. The user should access to Enel X via voice command and go through mobile app?” (si veda doc. ISP31).

In un’*e-mail* dell’11 gennaio 2019, [GL11, Android Auto, Product Manager] spiega: “Yes, AoG would be the correct integration point. Assistant is "embedded" within Android Auto. So while a user is in Android Auto, they could for example

“azioni” abilitate su Actions-on-Google sono limitate e non comprendono né la prenotazione di un servizio e altre funzionalità comprese nella *app* JuicePass (già Enel X Recharge)²⁶⁴ né l’attivazione di azioni su Google Maps da parte di una *app* terza (quale è JuicePass)²⁶⁵.

195. Come successivamente spiegato dalla stessa Google, “quando uno smartphone è collegato ad Android Auto, tra le “azioni” eventualmente sviluppate da Enel X [Italia] attraverso Actions on Google sarebbe soltanto possibile instaurare un dialogo con la *app* JuicePass (tramite Google Assistant) finalizzato alla localizzazione dei punti di ricarica”²⁶⁶. Per ampliare il novero delle azioni possibili su Actions-on-Google Google dovrebbe dedicare risorse allo sviluppo del progetto, analogamente a quanto acclarato in relazione allo sviluppo di un nuovo *template*. In ogni caso, la possibilità di implementare una soluzione usando Actions-on-Google viene prospettata a Enel X Italia nel corso della *call* del 28 febbraio 2019 con l’amministratore delegato del Gruppo Enel.

196. Google non ha mai prospettato ad Enel X Italia la possibilità di sviluppare la *app* Enel X Recharge (ora JuicePass) come *custom app* per Android Auto. Ciò malgrado il fatto che, all’epoca della richiesta di pubblicazione da parte di Enel X Italia, Google avesse già sviluppato una *custom app* in collaborazione con uno sviluppatore terzo (*app* di navigazione Kakao, per la Corea del Sud).

197. Nel corso delle negoziazioni Google ha prospettato a Enel X Italia due soluzioni alternative che non comportano la pubblicazione della *app* Enel X Recharge su Android Auto: l’integrazione della *app* in questione nei diversi di sistemi di *infotainment* delle auto e l’integrazione delle informazioni sulle colonnine di ricarica (contenute nella *app*) in Google Maps. Come sopra visto queste soluzioni sono state rigettate da Enel X Italia.

198. In particolare, Google suggerisce che Enel X Italia possa collaborare con una casa automobilistica, in ragione del fatto che ai produttori di automobili sono riconosciuti strumenti di programmazione più ampi e che tali soggetti sono in grado di svolgere tutti i *test* di sicurezza necessari allo sviluppo di *app* per Android Auto. Questa soluzione viene prospettata nelle prime fasi dell’escalation (prima della richiesta dell’amministratore di Enel X Italia di una risposta scritta e definitiva sulla richiesta di pubblicazione della *app* Enel X Recharge su Android Auto).

say, “OK Google, ask Enel to find a nearby charging station”, and the entire interaction would be voice-based (only). The user would see the Assistant open / listening on the screen, but no other visible UI” (si veda doc. ISP31).

In un’e-mail del 16 gennaio 2019, [GL11, Android Auto, Product Manager], al fine di evidenziare la necessità di verificare le azioni consentite da Actions-on-Google, scrive: “For more information on AoG (the only route they really have open to them) ...” (si veda doc. ISP118, enfasi aggiunta).

²⁶⁴ A commento della possibilità di approntare una soluzione basata su Actions-on-Google, contenuta in una bozza preliminare della risposta del 18 gennaio 2019 all’amministratore delegato di Enel X Italia, [GN, EMEA Partnerships, Head of Automotive] scrive: “Coming out of a call with gTech (the folks that technically know what works and doesn’t work for Assistant). It’s really a no-go from their point of view booking/reserving a charging station just does not work at this stage, and there are other usecases that just might not work yet too. We should delete the whole Actions on Google section this is only going to create more issues if we do” (si veda doc. ISP36; si veda anche doc. ISP100).

²⁶⁵ Negli scambi interni a Google per la preparazione della *call* del 28 febbraio 2019 con l’amministratore delegato del Gruppo Enel, discutendo di una soluzione basata su Actions-on-Google per cui l’utente chiede alla *app* di Enel X Italia di cercare una colonnina di ricarica, [GL10, Auto, Product Manager] spiega che non è ancora possibile attivare azioni su Google Maps, che si tratta di uno sviluppo che si intende realizzare ma che questo richiede che sia individuato come un progetto prioritario: “[f]or AoG, we have not yet launched the intent into maps but this can be done it just requires prioritization. We do want to enable this we just have not gotten to it” (si veda doc. ISP47, in particolare, e-mail di [GL10, Auto, Product Manager] del 15 febbraio 2019); inoltre “we do not have a timeline yet for when we will be able to enable intending into maps for AoG. We want to but it has not yet been prioritized” (si veda doc. ISP47, in particolare, e-mail di [GL10, Auto, Product Manager] del 26 febbraio 2019).

²⁶⁶ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

Successivamente questa soluzione viene abbandonata e non viene più riproposta da Google²⁶⁷. Come sopra evidenziato, Enel X Italia ritiene questa soluzione non praticabile in quanto troppo onerosa (accordi con le case automobilistiche, numerosità delle versioni della *app* da sviluppare e mantenere) e non efficiente rispetto al numero di casi d'uso.

199. La soluzione basata sull'integrazione delle informazioni sulle colonnine di ricarica in Google Maps viene proposta a Enel X Italia fin dall'inizio della vicenda in esame e in ogni fase della successiva negoziazione, in particolare nella risposta del 18 gennaio 2019 all'amministratore delegato di Enel X Italia e nella *call* del 28 febbraio 2019 con l'amministratore delegato del Gruppo Enel. Questa rappresenta, in effetti, un'intermediazione della *app* JuicePass (già Enel X Italia) da parte di Google Maps (che è presente su Android Auto). Come sopra evidenziato, Enel X Italia ritiene la soluzione in questione non soddisfacente in quanto non le consentirebbe di instaurare e mantenere un saldo rapporto con gli utenti e, in ogni caso, non consentirebbe agli utenti di beneficiare della funzione di prenotazione (che non è prevista in Google Maps).

Il Gruppo Enel è una controparte strategica per Google

200. Per la funzione Google Cloud acquisire il Gruppo Enel come cliente è un obiettivo strategico, come evidenziato da in un'e-mail interna del 29 novembre 2018: "*Enel requested us to support them and for Cloud this is a super strategic prospect we are trying to close*" (enfasi aggiunta)²⁶⁸. Tale rilievo viene ribadito e specificato in due documenti interni, uno di preparazione al World Economic Forum di Davos (22-25 gennaio 2019)²⁶⁹ e uno di preparazione alla *call* del 28 febbraio 2019 con l'amministratore delegato del Gruppo Enel, nei quali si legge: "*Enel is one of our main GCP Prospect in Italy*"²⁷⁰.

201. L'interesse di Google a concludere un accordo con il Gruppo Enel sui servizi *cloud* viene usato ai livelli più elevati della stessa Google per sollecitare la messa a punto di una soluzione sulla questione della *app* Enel X Recharge (ora JuicePass). In un'e-mail del 22 gennaio 2019, [GL7, Google Cloud, President] evidenzia le potenzialità di un accordo con il Gruppo Enel, anche connesse al *know-how* di Enel con riguardo ai servizi *cloud* e all'apertura a negoziare accordi con Google²⁷¹,

²⁶⁷ Nel mese di novembre 2018 [G11, Google Cloud, Account Manager], riferendo a [G12, Google Cloud, Country Manager] un colloquio avuto con [GL12, Platforms Google Play, Play BD Product Specialist], scrive "*potential follow up: 1 - work with an OEM (Automotive) such as (more or less all automotives) 2 - Work with Maps Team and Assistant team to access content on android auto (but anyway users will access content but NOT the app. At visual level users can only see Google Maps so, for ex, charging stations on Maps) ... Sicuramente integrare i contenuti con Maps e Assistant offre un raggio di utenza più ampio. Poi se proprio vogliono la app, possiamo solo lavorare con un OEM*" (si veda ISP76, in particolare e-mail di [G11, Google Cloud, Account Manager] del 29 novembre 2018 8:58).

Nel mese dicembre 2018 [G11, Google Cloud, Account Manager] scrive ad [GL12, Platforms Google Play, Play BD Product Specialist]: "*I introduced the possible solutions discussed (use Assistant and Maps or Work with an OEM) but it seems they do not satisfy them*" (si veda ISP57, in particolare e-mail di [G11, Google Cloud, Account Manager] del 18 dicembre 2018 2:43 AM).

²⁶⁸ Si veda doc. ISP57, in particolare e-mail del 29 novembre 2018 di [G11, Google Cloud, Account Manager].

²⁶⁹ Si veda doc. ISP61 ("*Davos 2019 - Executive 1:1 Briefing Doc*") dove, inoltre, si legge: "*Cloud has a vested interest to successfully onboard Enel to GCP based on opportunities listed below, [omissis] and also position ourselves as a strategic partner for the holistic digital transformation of Enel. [Omissis]. We are developing a strong pipeline and we already delivered [omissis]*".

²⁷⁰ Si vedano documenti ISP5 e ISP60 ("*Executive Meeting briefing Doc*").

²⁷¹ "*The meeting with the CEO of ENEL went really well this morning ... They are good to very good at Cloud. Everything is in the Cloud (with [Omissis]). He thinks his team knows what they need now (which is a translation for: we are not hostage of [Omissis]), and we can see who has the best techno out there). He stated he was one of the biggest customer of [Omissis] (at least in EMEA)*" (doc. ISP16, in particolare e-mail del 22 gennaio 2019 di [GL7, Google Cloud, President]).

e sulla questione della *app*, che può bloccare tali potenzialità, osserva: “[s]ticky point on the mobility *app* but I told him that if we are going into a big partnership we should be able to address this issue and find a joint solution”. In un’e-mail del 1° febbraio 2019 lo stesso [GL7, Google Cloud, President] solleva la questione della *app* a [GL1, Android, V.P. Engineering] (“One small issue ... is concerning an issue around being able to use their “charging” *app* on Android Auto”) evidenziando la rilevanza del Gruppo Enel quale cliente per i servizi *cloud*: “We have talked about taking them to the Cloud and unseating [Omissis]. ... We have such a huge untapped demand with Enel I think it is worth poking the bear :). Let me know if you think we could go around here and engage on a broader partnership. I would only go ahead if they could on their side commit for a big deal of course”²⁷².

La risposta del 18 gennaio 2019 all’amministratore delegato di Enel X Italia

202. Con un’e-mail del 21 dicembre 2018 l’amministratore delegato di Enel X Italia chiede a Google una risposta definitiva sulla richiesta di pubblicazione della *app* Enel X Recharge (ora JuicePass) su Android Auto. La risposta, che viene inoltrata in data 18 gennaio 2019, è frutto di un confronto ampio all’interno di Google che coinvolge diverse persone e diverse funzioni aziendali tra cui [GI7, Public Policy, Manager], [GI13, Legal, Associate Legal Counsel], [GSw1, Legal Competition, Senior Competition Counsel], [GN, EMEA Partnerships, Head of Automotive], [GI1, Google Cloud, Manager], [GI3, Global Product Partnerships, Manager], che è il referente italiano per l’acquisizione di flussi di dati sulle colonnine in formato GELFS, e [GL11, Android Auto, Product Manager]²⁷³.

203. Google appare preoccupata di mettere per iscritto la propria risposta alla richiesta di Enel X Italia. In un’e-mail interna del 16 gennaio 2019 si valuta di proporre di organizzare una *call* invece di inviare una risposta scritta (“I would propose to call Venturini rather than writing him so we avoid they can use what we write against us”) ma viene successivamente rilevato (e-mail del 17 gennaio 2019) che Enel X Italia ha chiesto che le venga comunque inviata una risposta scritta (“However, Mr Venturini is asking for a written answer to be anticipated via email in order to prepare the call”)²⁷⁴.

204. All’interno di Google si ritiene che le sezioni più delicate della risposta sono quella in cui si espongono le ragioni per cui non si consente la pubblicazione dell’*app* Enel X Recharge (ora JuicePass) su Android Auto e quella in cui si prospetta l’uso di Actions-on-Google quale soluzione alternativa alla pubblicazione su Android Auto. Con le parole di un referente di Google: “[t]he following sections are in my view the trickiest: 1. Our explanation on why we do not allow other navigation *apps* on Android Auto 2. Whether/how we should bring up the alternative of AoG at all. I think we should include only if we actually believe this is something that makes sense”²⁷⁵.

205. Con riguardo alle ragioni del rifiuto alla pubblicazione, una parte della discussione interna riguarda la classificazione delle *app*. La funzione aziendale Android Auto rileva che la *app* Enel X

²⁷² Si veda doc. ISP10.

²⁷³ Si vedano documenti ISP36, ISP48, ISP100 e ISP118.

²⁷⁴ Si veda doc. ISP24, in particolare e-mail del 16 gennaio 2019 di [GF1, EMEA Partnerships, President] e e-mail del 17 gennaio 2019 di [GI2, Google Cloud, Country Manager].

²⁷⁵ Si veda doc. ISP118, in particolare e-mail di [GN, EMEA Partnerships, Head of Automotive] del 16 gennaio 2019 9:44 PM.

Recharge (ora JuicePass) non rientra nella categoria delle *app* di navigazione ma semplicemente utilizza funzioni di navigazione per offrire altri servizi²⁷⁶. Sulla scia di tale osservazione, la funzione aziendale Legal chiede maggiori dettagli sulla classificazione delle *app* ritenendo che si tratti di un argomento utile ad argomentare che Google non sta avvantaggiando le proprie *app* (“*it would weaken their argument on us abusing our purported dominant position and excluding their app from Android Auto*”)²⁷⁷. Emerge, tuttavia, che non esistono una classificazione pubblica né una interna di cosa si intenda per *app* di *media*, messaggistica e navigazione²⁷⁸.

206. In relazione alle ragioni del rifiuto alla pubblicazione, viene dibattuto se affermare chiaramente che su Android Auto sono presenti due *app* di navigazione di proprietà di Google, e cioè Google Maps e Waze, e se citare la *app* di navigazione Kakao (per la Corea del Sud). Per quanto concerne Google Maps e Waze la funzione aziendale Public Policy ritiene che richiamare la loro presenza su Android Auto rafforzerebbe la tesi secondo cui Google favorirebbe le proprie *app*²⁷⁹; la funzione aziendale Legal Competition, rilevato che è pubblicamente noto che Google Maps e Waze sono su Android Auto, osserva che la posizione di Google è che la normativa *antitrust* non impedisce di favorire i propri prodotti: “[e]ven if we are accused of favouring our own services, in our view antitrust law does not prohibit this. Yes, we got fined for alleged favouring in the Shopping case but the facts were very different and we strongly disagree with the decision. We’ve appealed it”²⁸⁰.

207. Quanto alla *app* Kakao, la funzione aziendale EMEA Partnerships rileva che tra le *app* di navigazione pubblicate su Android Auto non viene citata la *app* Kakao²⁸¹; al riguardo, la funzione aziendale Legal afferma che citare la *app* Kakao sarebbe un *assist* a Enel X Italia: “*My 2 cents is that mentioning Kakao is an assist to Enel. I am not even sure they will find out that Kakao exists if we do not mention it*”²⁸². Il riferimento alla *app* Kakao viene eliminato dal testo della risposta all’amministratore delegato di Enel X Italia e la società viene a conoscenza della *app* in questione solo nel corso del presente procedimento²⁸³.

²⁷⁶ “*And by the way, technically their app isn't a navigation app either... it's simply one that would benefit from providing navigation instructions. But the core use case is different*” (si vedano doc. ISP48 e ISP118, in particolare *e-mail* di [GL11, Android Auto, Product Manager] del 16 gennaio 2019 22:18).

²⁷⁷ “*I think what [GL11, Android Auto, Product Manager] is saying on the technical qualification of ENEL app as something different from a navigation app is key here as it would weaken their argument on us abusing our purported dominant position and excluding their app from Android Auto. @[GL11, Android Auto, Product Manager]: can we dig a little bit more on this and find out a different qualification for ENEL app (better if supported by a solid technical explanation)?*” (si vedano doc. ISP48 e ISP118, in particolare *e-mail* di [G113, Legal, Associate Legal Counsel] del 17 gennaio 2019 6:18 AM).

²⁷⁸ “*We don't have any publicly (or for that matter, internally) definition of what we consider to be "media" vs. "communications" vs. "navigation" app*” (si vedano doc. ISP48 e ISP118, in particolare *e-mail* di [GL11, Android Auto, Product Manager] del 17 gennaio 2019 7:05 AM).

²⁷⁹ “*This sentence cr[e]ates in my opinion room to accuse us to privilege our own services. I suggest to rephrase or cancel*” (si veda ISP36, in particolare commento n. 1, di [G17, Public Policy, Manager]).

²⁸⁰ Si veda doc. ISP36, in particolare commento n. 3, di [GSw1, Legal Competition, Senior Competition Counsel].

²⁸¹ Si veda doc. ISP36, in particolare commento n. 4, di [GN, EMEA Partnerships, Head of Automotive].

²⁸² Si veda doc. ISP36, in particolare commento n. 6, di [G113, Legal, Associate Legal Counsel].

²⁸³ La presenza della *app* Kakao su Android Auto viene richiamata da Google nel corso dell’audizione del 16 luglio 2019 (si veda doc. n. 23 del fascicolo istruttorio).

208. Per quanto concerne la possibile soluzione alternativa basata su Actions-on-Google la bozza di risposta paventava che non fosse possibile implementare una funzione di prenotazione²⁸⁴. Nel corso della discussione viene acclarato che, in effetti, non era possibile, allo stato, effettuare prenotazioni tramite Actions-on-Google e che anche altre funzioni della *app* Enel X Recharge (ora JuicePass) non erano ancora supportate: “*Coming out of a call with gTech (the folks that technically know what works and doesn't work for Assistant). It's really a no-go from their point of view booking/reserving a charging station just does not work at this stage, and there are other usecases that just might not work yet too*”²⁸⁵. Pertanto, si opta per tenere fuori dalla risposta la possibile soluzione alternativa basata Actions-on-Google²⁸⁶.

209. La rilevanza della funzione di prenotazione per Enel X Italia è perfettamente nota a Google. Infatti, come sopra rilevato, la funzione Public Policy raccomanda di implementare una soluzione che comprenda anche una funzione di prenotazione. Inoltre, la prospettazione di una soluzione alternativa basata su Actions-on-Google (successivamente rimossa dal testo della risposta) viene chiusa dalla notazione che purtroppo (“*unfortunately*”) essa sembra non consentire la prenotazione. È altresì noto che Enel X Italia ha già ritenuto insoddisfacente la proposta di Google di soluzioni che non prevedono la funzione di prenotazione²⁸⁷.

210. Parimenti, è noto a Google che Enel X Italia intende con la propria *app* costruire e mantenere un rapporto con gli utenti. Al riguardo, commentando la possibilità che la funzione di prenotazione possa in futuro essere implementata in Google Maps – e che dunque l’integrazione delle colonnine di ricarica in Google Maps possa rappresentare una soluzione alternativa per Enel X Italia – la funzione aziendale EMEA Partnerships osserva: “*But that's not w[h]at Enel is looking for they wish to build/maintain their own engagement with end users*”²⁸⁸.

La call del 28 febbraio 2020 con l’amministratore delegato del Gruppo Enel

211. Nel mese di gennaio 2019 l’amministratore delegato del Gruppo Enel incontra, in occasione del World Economic Forum di Davos, due figure apicali della funzione Google Cloud ([*Omissis*] e [*Omissis*]) e porta alla loro attenzione la questione della mancata pubblicazione su Android Auto della *app* di Enel X Italia²⁸⁹. Inoltre, il 31 gennaio 2019 l’amministratore delegato del Gruppo Enel

²⁸⁴ “*In the short term, the alternative to bring your Enel X Recharge service to drivers, in addition to Google Play, and to those correctly outlined in your email, is through our Actions on Google platform [link <https://developers.google.com/actions/>]. This enables fully-customizable interaction with the Google Assistant that would allow the user to locate the nearest recharging stations and to learn how to reach them. Considering the use cases outlined, you would likely need to authenticate users. Unfortunately, it seems that we would not be able to let the user reserve the recharging station at this point as Actions on Google still does not support reservation*” (si vedano doc. ISP36, ISP81 e ISP122).

²⁸⁵ Si veda doc. ISP36, in particolare commento n. 15, di [*GN, EMEA Partnerships, Head of Automotive*]. Si veda anche ISP100.

²⁸⁶ “*We should delete the whole Actions on Google section this is only going to create more issues if we do*” (si veda doc. ISP36, in particolare commento n. 15, di [*GN, EMEA Partnerships, Head of Automotive*]; si veda anche ISP100).

²⁸⁷ “*I read once again Mr Venturini email and this seems exactly what he explains as alternative options we outlined to him and that are not ok of Enel*” (si veda doc. ISP100, in particolare commento di [*GH13, Legal, Associate Legal Counsel*]).

²⁸⁸ Si veda doc. ISP36, in particolare commento n. 17, di [*GN, EMEA Partnerships, Head of Automotive*].

²⁸⁹ Si vedano documenti ISP10 e ISP73.

solleva nuovamente la questione con le medesime persone e, in conseguenza di ciò, si dà inizio ad un confronto interno a Google che porta ad una *call* tenutasi il 28 febbraio 2019²⁹⁰.

212. A tale *call* partecipano figure apicali di Google e del Gruppo Enel: per Google, *[Omissis]* (funzione aziendale Android) e *[Omissis]* (funzione aziendale Google Cloud), che sostituisce *[Omissis]* (funzione aziendale Google Cloud)²⁹¹; per il Gruppo Enel, l'amministratore delegato del Gruppo e l'amministratore delegato di Enel X Italia²⁹².

213. La preparazione della *call* coinvolge un gruppo ampio di persone tra cui figure apicali di Google nelle funzioni aziendali Android, Android Auto e Google Maps/Local: in particolare *[GL7, Google Cloud, President]*, *[GU1, Google Cloud, V.P. EMEA]*, *[GL1, Android, V.P. Engineering]*, Lawrence *[GL2, Android Auto, Head of Product Management]*, *[GS1, Google Maps/Local, Strategic Partner Manager]*; alla preparazione partecipano altresì *[GI2, Google Cloud, Country Manager]*, *[GI1, Google Cloud, Account Manager]* e *[GI3, Global Product Partnerships, Manager]*, che è il referente italiano per l'acquisizione di flussi di dati sulle colonnine in formato GELFS²⁹³. La strategia di Google per la *call* viene fissata in un documento interno che reca il titolo "*Briefing for the call with Mr. Francesco Starace (ENEL CEO) on 2/28 at 9AM PT - 6PM GMT+1*"²⁹⁴; in un altro documento interno, intitolato "*Executive Meeting Briefing Doc*" sono fissati alcuni specifici spunti di discussione da utilizzare nel corso dell'incontro ("*Key Talking Points for Google Executive - Pls use this presentation and video to guide the conversation*")²⁹⁵.

214. L'agenda predisposta da Google per la *call* si articola in tre fasi:

- nella prima, *[GL1, Android, V.P. Engineering]* spiega le ragioni che impediscono la pubblicazione della *app* Enel X Recharge (ora JuicePass) su Android Auto ("**Android Auto Positioning ([GL1])**");
- nella seconda, Google Italy propone una collaborazione che porti ad aumentare la visibilità dell'*app* Enel X Recharge (ora JuicePass) e sfruttare al meglio le potenzialità di utilizzo della medesima *app* su Android Auto con gli strumenti disponibili ("**Unique collaboration ([GL1], supported by local team**)");
- nella terza fase la funzione aziendale Google Cloud sollecita uno sblocco della negoziazione sui servizi *cloud* ("**Cloud partnership ([GU1])**")²⁹⁶.

215. Tra i punti di discussione individuati per essere utilizzati durante la *call* vengono enfatizzati i seguenti:

- illustrare le finalità e le attività definite per Android Auto ("**Introduce Google Engagement on Android Auto**") nonché le ragioni alla base della politica di pubblicazione delle *app* ("**Explain why we have a policy to publish apps**");
- evidenziare le ragioni per cui potrebbe non avere senso avere la *app* Enel X Recharge (ora JuicePass) su Android Auto, con particolare riferimento al fatto che i suoi potenziali utilizzatori

²⁹⁰ Si vedano documenti ISP10 e ISP73.

²⁹¹ Si veda doc. ISP74, in particolare *e-mail* di *[Omissis]* del 27 febbraio 2019 12:08.

²⁹² Si vedano documenti ISP60, ISP62 e ISP74.

²⁹³ Si veda doc. ISP73.

²⁹⁴ Si vedano documenti ISP15, ISP62 e ISP63. Si veda inoltre doc. ISP71.

²⁹⁵ Si vedano documenti ISP5 e ISP60.

²⁹⁶ Si veda ISP71, in particolare *e-mail* di *[GI2, Google Cloud, Country Manager]* del 27 febbraio 2019 5:07 AM (enfasi nell'originale). Si vedano altresì documenti ISP10 e ISP62.

sarebbero meno di [omissis] (“*Let’s shape the issue of not having XRecharge app on Auto in Italy*”) e che, per contro, Google è disposta ad impegnarsi per consentire l’uso su Android Auto della app Enel X Italia tramite Google Maps e Google Assistant (“*Google Commitment to partner with Enel on e-Mobility*”);

- illustrare come Google può aiutare Enel X Italia ad aumentare i *download* della app Enel X Recharge (ora JuicePass) (“*Increase X Recharge app download on Playstore (Smartphones)*”)²⁹⁷.

216. L’obiettivo di incrementare i *download* della app Enel X Recharge (ora JuicePass) dallo store Google Play sarebbe stato perseguito attraverso una campagna sui diversi *network* di Google e cioè Google Play, Google Search, YouTube, Chrome e GDN (Google Display Network) (“*X-Recharge App campaign across numerous networks*”) e sarebbe stata targettizzata sugli utenti (“*UAC [Universal App Campaign] uses hundreds of millions of signal combinations to Target Relevant Users*”). La campagna per aumentare la visibilità della app di Enel X Italia avrebbe potuto essere testata con una spesa mensile di [omissis] euro e un risultato *target* di [omissis] *download* (“*UAC test Proposal*”)²⁹⁸.

217. Come detto, la strategia messa a punto da Google per la *call* del 28 febbraio 2019 con l’amministratore delegato del Gruppo Enel prevede altresì che Google illustri le possibilità di utilizzo della app Enel X Recharge (ora JuicePass) su Android Auto con gli strumenti all’epoca disponibili; a tal fine viene anche predisposto un video da mostrare nel corso dell’incontro²⁹⁹. Google individua due possibili opzioni: nella prima l’utente fa una ricerca su Google Maps, utilizzando un comando vocale, per trovare una colonnina di ricarica (“*Option (1) "Find Enel charging stations" - local maps query*”); nella seconda l’utente fa una ricerca sulla app Enel X Recharge (ora JuicePass), utilizzando un comando vocale, per trovare una colonnina di ricarica (“*Option (2) "Ask Enel to find charging stations" - AoG query to an Enel agent*”)³⁰⁰.

218. La prima opzione è un esempio di come si potrebbe usare Google Maps su Android Auto per cercare una colonnina di ricarica nell’ipotesi in cui le informazioni contenute nella app Enel X Recharge (ora JuicePass) venissero integrate in Google Maps secondo il formato GELFS³⁰¹. In effetti, nel documento interno che fissa la strategia per la *call* il progetto GELFS viene espressamente richiamato (intera *slide* di presentazione) con l’indicazione “*We propose to Enel to be Pioneer of this project*”³⁰². La seconda opzione è basata sulla piattaforma Actions-on-Google riguardando l’uso di Google Assistant per interagire con la app “Enel X Recharge” (ora JuicePass), che peraltro resterebbe al di fuori di Android Auto³⁰³.

219. L’uso di Google Maps su Android Auto di cui alla prima opzione consentirebbe di trovare una colonnina ma anche di ottenere informazioni sulle colonnine (quali voltaggio e disponibilità della presa) mentre l’uso della app Enel X Recharge (ora JuicePass) attraverso Actions-on-Google

²⁹⁷ Si veda doc. ISP5 (enfasi nell’originale).

²⁹⁸ Si veda doc. ISP63.

²⁹⁹ Si vedano documenti ISP47 e ISP106.

³⁰⁰ Si veda doc. ISP47, in particolare *e-mail* di [GII, Google Cloud, Account Manager] del 19 febbraio 2019 7:36 PM.

³⁰¹ Si veda, tra gli altri, doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

³⁰² Si vedano documenti ISP15, ISP62 e ISP63. Si veda inoltre doc. ISP71.

³⁰³ Si veda, tra gli altri, doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

consentirebbe solo la ricerca delle colonnine³⁰⁴. Del resto, come sopra evidenziato, nel confronto interno a Google per la predisposizione della risposta all'amministratore delegato di Enel X Italia³⁰⁵ e in quello che precede la *call* con l'amministratore delegato del Gruppo Enel³⁰⁶, emergono i limiti di Actions-on-Google nonché il fatto che questi stessi limiti sarebbero superabili laddove Google giudicasse prioritario investire sulla piattaforma in questione.

220. Il gruppo di persone coinvolte nella preparazione della *call* del 28 febbraio 2019 è consapevole del fatto che entrambe le soluzioni mostrate nel video sono già state prospettate ad Enel X Italia, che le ha rigettate. Con le parole di un referente: "*Status with customer: solution on Maps+Assistant+Actions on Google has already been proposed at Enel CEO-1 level (head of EnelX, innovative business division in Enel) so far. Customer pushed back at that level*"³⁰⁷.

221. Nel corso del procedimento Google ha precisato di aver menzionato, durante la *call* del 28 febbraio 2019, di essere al lavoro per consentire in futuro la pubblicazione di ulteriori categorie di *app* su Android Auto. Tuttavia, Google non avrebbe fatto alcuna menzione sulle relative tempistiche di attuazione, non essendo in grado di impegnarsi a rispettare un termine specifico³⁰⁸.

IV LA POSIZIONE DIFENSIVA DI GOOGLE

Introduzione

222. Nel corso del procedimento Google ha illustrato la propria posizione rispetto all'ipotesi istruttoria in una memoria difensiva³⁰⁹, nel corso delle audizioni³¹⁰, nelle risposte alle richieste di informazione³¹¹ e nell'interlocuzione con Enel X Italia in relazione al *template* (in versione *beta*) per *app* di navigazione, per la ricarica elettrica e per il parcheggio³¹². Google ha ulteriormente definito la propria posizione difensiva in una memoria ai sensi dell'articolo 14, comma 4, del D.P.R. n. 216/1998 (memoria finale), con la quale ha replicato alle valutazioni e conclusioni contenute nella Comunicazione delle Risultanze Istruttorie (CRI)³¹³, e nel corso dell'audizione finale davanti al Collegio, di cui all'art. 14, comma 5, del D.P.R. n. 216/1998³¹⁴.

223. Nella memoria finale Google ha ribadito alcuni argomenti difensivi già illustrati nei precedenti contributi organizzandoli in un serie di critiche al procedimento istruttorio e alle valutazioni contenute nella CRI. Di seguito si illustreranno dapprima i principali argomenti della

³⁰⁴ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

³⁰⁵ Si vedano doc. ISP36 e ISP100.

³⁰⁶ Si veda doc. ISP47.

³⁰⁷ Si veda doc. ISP10, in particolare *e-mail* di [GI2, Google Cloud, Country Manager] dell'8 febbraio 2019 11:17 AM.

³⁰⁸ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

³⁰⁹ Si veda doc. n. 36 (memoria difensiva di Google Italy del 13 agosto 2019).

³¹⁰ Si vedano doc. n. 23 (verbale dell'audizione di Google Italy del 16 luglio 2019) e doc. n. 56 (verbale dell'audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019).

³¹¹ Si vedano doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020) e doc. n. 130 (risposta di Google del 24 luglio 2020).

³¹² Si veda doc. n. 170 (risposta di Google Italy a Enel X Italia del 20 novembre 2020).

³¹³ Si veda memoria finale di Google del 24 marzo 2021.

³¹⁴ Si veda verbale dell'audizione finale del 29 marzo 2021.

posizione difensiva di Google quindi si dedicherà un paragrafo ai rilievi mossi da Google alle modalità di svolgimento dell'istruttoria e alle conclusioni della CRI.

I principali argomenti difensivi

La genesi della questione sollevata da Enel X Italia

224. In via preliminare Google ha affermato che la vicenda segnalata da Enel X Italia deriva da un fraintendimento sulle potenzialità di Android Auto. Tale fraintendimento sarebbe stato originato e alimentato dal fatto che la richiesta di Enel X Italia di ottenere la pubblicazione della *app* JuicePass (già denominata Enel X Recharge) su Android Auto è stata gestita da dipendenti di Google dedicati alle relazioni commerciali (*partnership*), in particolare per i servizi *cloud*, e non allo sviluppo dei prodotti³¹⁵.

225. Google ha altresì sostenuto che Android Auto “*non è un prodotto strategico*” essendo stato sviluppato “*per potenziare le possibilità di utilizzo del telefonino*” e per “*sostene[re] la competitività di Android rispetto all’iPhone*”. Android Auto è totalmente gratuito e ad esso “*sono assegnate risorse limitate anche in termini di ingegneri dedicati*”³¹⁶.

Le esigenze di sicurezza alla guida

226. Lo sviluppo di Android Auto è condizionato dalla necessità per Google di rispettare “*stringenti norme e requisiti regolamentari, previsti da varie agenzie pubbliche e associazioni di settore*” in materia di sicurezza alla guida³¹⁷. Tale normativa, articolata anche a livello territoriale, è stata messa a sistema e consolidata da Google allo scopo di rendere Android Auto conforme alla normativa a livello mondiale³¹⁸.

227. Al fine di sviluppare i *template* per Android Auto, Google ha condotto e conduce complesse simulazioni per testare la sicurezza delle azioni consentite all’utente; tali simulazioni risultano onerose anche in termini di tempi richiesti. Anche nel caso della *custom app* Kakao Google ha dovuto prestare una significativa assistenza in relazione ai *test* sulla sicurezza. Diversamente, nel caso delle *custom app* sviluppate con le case automobilistiche queste ultime hanno condotto i *test* per la sicurezza alla guida in maniera autonoma³¹⁹.

228. Nella memoria finale Google ha ribadito la rilevanza delle esigenze di sicurezza alla guida nello sviluppo di Android Auto evidenziando la necessità di procedere a onerosi *test* sulle interazioni utente-*app* con riguardo ai *template* e alle collaborazioni con sviluppatori terzi per le *app* personalizzate (*custom app*). Secondo Google, le esigenze di sicurezza alla guida costituiscono una giustificazione oggettiva alla condotta oggetto di accertamento.

³¹⁵ Si vedano doc. n. 23 (verbale dell’audizione di Google Italy del 16 luglio 2019), doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019) e doc. n. 56 (verbale dell’audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019).

³¹⁶ Si veda doc. n. 23 (verbale dell’audizione di Google Italy del 16 luglio 2019).

³¹⁷ Si veda doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019). Si veda altresì doc. n. n. 23 (verbale dell’audizione di Google Italy del 16 luglio 2019). Tra i soggetti estensori della normativa in materia di sicurezza alla guida vengono citati l’Osservatorio europeo per la sicurezza stradale (European Road Safety Observatory), la US National Highway Traffic Safety Administration (NHTSA), l’Alliance of Automobile Manufacturers e la Japan Automobile Manufacturers Association (JAMA).

³¹⁸ Si vedano “*Global Distraction Guidelines*” di Google (allegato 1 al doc. n. 36).

³¹⁹ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

Lo sviluppo dei template e la responsabilità di Google

229. Per quanto concerne lo sviluppo di *template* per Android Auto e il ruolo degli sviluppatori terzi di *app*, Google ha spiegato che in taluni casi è possibile che si instauri una collaborazione con gli sviluppatori di una *app* “di rilievo presso gli utenti o di interesse per Google” in fase di sviluppo del *template*. Tuttavia, Google ritiene che “lo sviluppo della tecnologia di Android Auto è, nei fatti, una prerogativa di Google”. Inoltre, Google ha precisato che il controllo dei *template* è necessario per cautelarsi rispetto all’eventualità che gli utenti possano chiamare Google a rispondere di eventuali danni derivanti dall’uso di *app* su Android Auto. Al riguardo, Google ha affermato che “anche comportamenti negligenti possono dare origine a teorie del danno”³²⁰.

230. Google ha altresì spiegato che alcuni contratti con le case automobilistiche, per l’interoperabilità dei sistemi di *infotainment* con Android Auto, contengono clausole di “*escalation path*” per cui “laddove un OEM ritenga che un servizio di Google o un’app di terzi ponga un rischio significativo per l’incolumità o la sicurezza degli utenti, può contattare direttamente Google affinché quest’ultima risolva la questione”³²¹. Nel caso di *custom app* sviluppate per le case automobilistiche queste ultime si assumono la piena responsabilità per le questioni di sicurezza³²².

La mancata pubblicazione su Android Auto della app di Enel X Italia

231. La decisione di non pubblicare la *app* JuicePass (già Enel X Recharge) su Android Auto “è una semplice conseguenza dell’applicazione delle policy di Google per Android Auto, che, come già spiegato, sono applicabili in via generale, contengono limiti di natura tecnica e, in ultima analisi, sono saldamente fondate su considerazioni legate alla sicurezza e alla responsabilità legale”³²³.

232. Google ha evidenziato che, quando Enel X Italia ha cominciato a sviluppare la propria *app* per Android Auto, emergeva chiaramente dalle pagine *web* dedicate agli sviluppatori che solo due categorie di *app* potevano essere presenti su Android Auto, e cioè quelle di *media* e quelle di *messaggistica*; su Android Auto erano presenti anche Google Maps e Waze, entrambe di proprietà di Google, ma esse non individuavano una terza categorie di *app* aperta agli sviluppatori bensì costituivano *app* native di Android Auto. La richiesta di Enel X Italia di vedere pubblicata su Android Auto la *app* Enel X Recharge (ora JuicePass), sviluppata secondo il *template* per *app* di *messaggistica*, riposava, dunque, su un presupposto sbagliato.

233. Nella propria memoria finale Google afferma che il rilascio della versione *beta* del nuovo *template* per *app* di ricarica elettrica costituisce uno strumento idoneo a consentire la pubblicazione su Android Auto della *app* di Enel X Italia. La pubblicazione di una versione *beta* di una *app*, così come di qualsivoglia *software*, costituisce un passaggio necessario per testare la *app* e così evitare effetti dannosi per gli utenti³²⁴. Lo sviluppatore di una *app* già presente su Google Play può inviare

³²⁰ Si veda doc. n. 56 (verbale dell’audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019).

³²¹ Si veda doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

³²² Si veda doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

³²³ Si veda doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

³²⁴ La versione *beta* costituisce “la prima versione in cui un dato software viene reso disponibile al di fuori dell’organizzazione che lo ha sviluppato” e il suo rilascio “costituisce una tappa essenziale per lo sviluppo e il test di qualsiasi prodotto software” (enfasi aggiunta). Una fase di *test* attraverso la versione *beta* si rende necessaria in quanto “qualsiasi nuovo prodotto [può] contenere una serie di bug impossibili da prevedere in anticipo, che possono essere pienamente scoperti e valutati solo attraverso l’uso del prodotto stesso da parte di sviluppatori e utenti” (enfasi aggiunta).

e-mail ai relativi utenti per informarli della disponibilità di una versione *beta* per Android Auto e fornire indicazioni su come scaricarla e utilizzarla.

234. Google ritiene che la propria condotta relativamente al rilascio della versione *beta* del nuovo *template* per *app* di ricarica non differisca da quella corrispondente di Apple, che ha portato alla pubblicazione di una versione definitiva della *app* di Enel X Italia su Apple CarPlay. L'unica differenza potrebbe essere rilevata con riguardo alla tempistica di rilascio ma si tratta di un disallineamento imputabile al fatto che Apple ha cominciato a sviluppare Apple CarPlay prima che Google cominciasse con Android Auto.

Le soluzioni alternative proposte a Enel X Italia

235. Google rivendica che nel corso delle negoziazioni intercorse con Enel X Italia, essa ha cercato “*in buona fede*” di trovare e proporre soluzioni che potessero soddisfare Enel X Italia³²⁵. Le soluzioni proposte non comportavano, secondo Google, una perdita di utilità per gli utenti.

236. Infatti, le funzioni di ricerca e navigazione sarebbero state comunque garantite, sebbene mediate da Google Maps, mentre le restanti funzioni della *app* Enel X Recharge (ora JuicePass) non necessitano di essere effettuate durante la guida: “*mentre guidano, i conducenti non necessitano (in senso stretto) delle funzioni di un'app di prenotazione*” (enfasi nell'originale), potendo la prenotazione di una colonnina di ricarica essere effettuata sullo *smartphone* prima di iniziare il percorso; inoltre, per l'avvio della sessione di ricarica il veicolo deve essere fermo e il pagamento può essere effettuato a veicolo fermo prima della ripartenza³²⁶.

237. Google ritiene altresì infondata la doglianza di Enel X Italia per cui l'integrazione della *app* Enel X Recharge (ora JuicePass) direttamente nei sistemi di *infotainment* delle auto avrebbe comportato ingenti costi di transazione; ciò in quanto “*Android Auto è attualmente [agosto 2019, ndr] adottata solo da quattro case automobilistiche che vendono le proprie auto elettriche in Italia (ossia, Nissan, Renault, Smart e Jaguar)*”³²⁷. In ogni caso, l'accesso della *app* Enel X Recharge (ora JuicePass) agli utenti è garantito dalla presenza su Google Play mentre “*il potenziale di accesso agli utenti di JuicePass attraverso Android Auto sarebbe in ogni caso intrinsecamente limitato dall'attuale ristretta disponibilità di Android Auto nei veicoli elettrici*” (enfasi nell'originale).

Il rapporto competitivo tra Google e Enel X Italia

238. Google ritiene di non essere concorrente di Enel X Italia³²⁸. La *app* di Enel X Italia non è una *app* di navigazione ma una *app* di servizi che offre funzioni di prenotazione e pagamento della ricarica elettrica; peraltro, per offrire la funzione di navigazione sui telefonini con sistema operativo

Tale fase di *test* è tanto più rilevante nel caso di prodotti “*il cui utilizzo può avere un impatto significativo sulla sicurezza dei conducenti*”. Si veda memoria finale di Google del 24 marzo 2021.

³²⁵ Si veda doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

³²⁶ Si veda doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019). Si veda altresì doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020) dove si legge: “*La navigazione è l'unica attività che deve essere effettuata mentre l'auto è in movimento, nel rispetto di tutti i requisiti di sicurezza garantiti da Android Auto. Al contrario, mentre sono in movimento, i conducenti non hanno strettamente bisogno delle funzioni di una app di prenotazione. In linea di principio, tali attività (ad esempio, la prenotazione di una colonnina, l'avvio della fase di ricarica e il pagamento della ricarica) possono essere svolte anche quando l'auto è ferma, senza alcun impatto apprezzabile sull'esperienza dell'utente*”.

³²⁷ Si veda doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

³²⁸ Si veda doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

Android, la *app* Enel X Recharge (ora JuicePass) utilizza Google Maps. Google Maps è, invece, una *app* di navigazione e non consente nella versione per Android Auto la prenotazione (nemmeno attraverso un *link* a siti *web* o *app* di terzi³²⁹) né il pagamento di servizi (anche diversi da quelli connessi alla ricarica elettrica). Inoltre, Google non è un *Mobility Service Provider* né ha interesse a diventare tale.

239. Google ha altresì rappresentato che su Android Auto non sono abilitate funzioni di prenotazione e pagamento per nessuna tipologia di servizio. In ogni caso, Google ritiene di “non essere obbligata a sviluppare a favore di soggetti terzi funzioni che essa stessa non offre”³³⁰.

240. Per quanto concerne i dati, Google ha affermato di non avere “alcun interesse nel flusso di dati relativo alle funzioni caratteristiche dell’*app* JuicePass o all’uso delle colonnine di ricarica”. Al più Google potrebbe avere conferma che l’utente possiede un’auto elettrica ma tale informazione potrebbe essere inferita dal fatto che l’utente abbia scaricato la *app* JuicePass (già Enel X Recharge). Quanto alla navigazione verso le colonnine di ricarica, questa funzione all’interno della *app* JuicePass avviene già attraverso Google Maps. Secondo Google, l’unica informazione utile sarebbe quella relativa “alla posizione delle colonnine di ricarica” ma si tratterebbe di dati “comunque disponibili sul mercato mediante altre fonti”³³¹. Questa posizione è stata confermata nella memoria finale.

241. Nella memoria finale Google ha altresì ribadito l’assenza di un rapporto competitivo tra Google Maps e la *app* di Enel X Italia e ha affermato che non ci sarebbero evidenze a supporto delle valutazioni secondo le quali Google Maps potrebbe inglobare le funzionalità di prenotazione e pagamento della ricarica elettrica e che la tecnologia *plug&charge* non costituisce una prospettiva concreta in Italia. Inoltre, Google ha evidenziato che le funzioni introdotte in Google Maps non sono automaticamente disponibili nella versione per Android Auto, essendo a tal fine necessario verificare il rispetto dei “rigorosi standard relativi alla distrazione del conducente”.

La scelta di non proporre collaborazioni a Enel X Italia

242. Per quanto concerne la scelta di Google di non proporre a Enel X Italia una collaborazione per sviluppare JuicePass come una *custom app* (*app* personalizzata), come invece accaduto nel caso della *app* coreana Kakao, Google ha affermato che quest’ultimo “costituisce un caso eccezionale” essendo l’unico al di fuori delle collaborazioni con le case automobilistiche³³². Benché né lo sviluppatore di Kakao né Enel X Italia abbiano “alcun tipo di esperienza nello svolgimento di test per verificare la distrazione degli utenti”, i due casi sono, secondo Google, diversi per le ragioni seguenti: (i) JuicePass “non è una *app* di navigazione, bensì una *app* di prenotazione e pagamento” ma tali ultime funzioni non sono ritenute da Google indispensabili per l’utente alla guida; (ii) gli utenti potenziali della *app* JuicePass sarebbero “pochissimi” in quanto il numero di veicoli elettrici venduti in Italia è “molto limitato”; (iii) la *app* JuicePass non era disponibile sulla piattaforma Apple

³²⁹ Nella versione di Google Maps per *smartphone* sono invece in alcuni casi presenti *link* a siti o *app* attraverso i quali l’utente può effettuare prenotazioni.

³³⁰ Si veda doc. n. 56 (verbale dell’audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019).

³³¹ Si veda doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

³³² Si veda doc. n. 56 (verbale dell’audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019).

CarPlay e, pertanto, la sua assenza su Android Auto non avrebbe comportato uno svantaggio competitivo rispetto a Apple³³³.

243. Nella memoria finale Google ha ribadito il carattere eccezionale dello sviluppo della *app* “Kakao” come *custom app* e le differenze tra questo caso e la richiesta di pubblicazione su Android Auto della *app* JuicePass. In ultima analisi Google ha ricondotto la scelta di sviluppare la *app* “Kakao” come *custom app* con la necessità di rendere disponibile agli utenti di Android Auto in Corea del Sud una *app* di navigazione, posto che le *app* di navigazione proprietarie (Google Maps e Waze) non funzionavano correttamente a causa di una normativa nazionale che limita la disponibilità di mappe, le modalità di conservazione e i contenuti visualizzabili.

244. Quanto alla scelta di PlugShare e Charge Point quali *partner* per sviluppare il *template* che dovrebbe portare su Android Auto le *app* per la ricarica elettrica, Google ha spiegato che queste *app* hanno in media oltre 200.000 utenti mensili e, pertanto, possono apportare un significativo contributo in termini quantitativi e qualitativi al progetto; diversamente JuicePass ha in media meno di 20.000 utenti mensili e la pubblicazione dei dati sul suo uso da parte di soggetti terzi³³⁴ è recente (da febbraio 2020) e discontinua³³⁵. Google ha altresì affermato che, sotto il profilo qualitativo, PlugShare e Charge Point hanno fattivamente contribuito allo sviluppo del *template* mostrando un “genuino interesse” a collaborare con Google mentre si può dubitare che Enel X Italia abbia un vero interesse a collaborare con Google³³⁶.

245. Con riferimento al fatto che Google ha avviato con gli sviluppatori della *app* SpotHero, che consente la ricerca e la prenotazione di parcheggi, una collaborazione per lo sviluppo del relativo *template* (tuttora in versione *beta*) comprensivo di funzionalità di prenotazione, Google ha affermato che, mentre gli sviluppatori di SpotHero erano aperti a tutti i possibili esiti della collaborazione, Enel X Italia “avrebbe preteso la pubblicazione della propria *app*”. In ogni caso, Google ritiene di “non essere obbligata a collaborare con tutti gli sviluppatori di *app* che glielo chiedano”³³⁷.

³³³ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

³³⁴ Nello specifico, da parte di App Annie, che è una società che monitora e analizza il settore delle *app* (si veda sito <appannie.com>).

³³⁵ “Google chose to collaborate with these operators because – in light of their considerable monthly average users (i.e., for both above 200,000 users prior to the lockdown) – they could provide significant added value to the development of the Template from both a quantitative and a qualitative viewpoint. ... It is clear that Enel X is in a completely different position compared to these “competitors”, considering that, at the end of 2019, the Android-based version of JuicePass had less than 20,000 monthly active users, based on App Annie’s report. We also observe that App Annie did not start providing an estimate for Juice Pass data until very recently (e.g., in February 2020 Juice Pass information was not even shown) and information on JuicePass is only shown in certain months” (si veda doc. n. 170, risposta di Google a Enel X Italia del 20 novembre 2020).

³³⁶ “From a qualitative viewpoint, these operators effectively contributed to the development of the Template, as they showed genuine interest in working with Google to jointly develop a product, and proactively provided useful feedback along the way. In this respect, also taking into account the terms of the Letter, it is safe to wonder whether Enel X was truly interested in pursuing this kind of partnership with Google” (si veda doc. n. 170, risposta di Google a Enel X Italia del 20 novembre 2020).

³³⁷ Si veda doc. n. 56 (verbale dell’audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019).

I rilievi sul procedimento e sulle conclusioni dell'istruttoria³³⁸

Sul procedimento istruttorio

246. Con riferimento al procedimento istruttorio, Google lamenta che siano stati lesi i suoi diritti di difesa in quanto:

- l'Autorità non ha consentito a Google di introdurre modifiche accessorie agli impegni, presentati ai sensi dell'art. 14-ter della legge n. 287/90, che sono stati rigettati in ragione dell'interesse a procedere all'accertamento dell'illecito ipotizzato in sede di avvio;
- il termine per presentare memorie ai sensi dell'articolo 14, comma 4, del D.P.R. n. 216/1998, è stato prorogato in una misura ritenuta inadeguata;
- l'accesso ad una parte dei documenti istruttori è stato differito ai sensi dell'art. 13, comma 10, del D.P.R. n. 216/1998, e l'istanza di accesso secondo le modalità della cd. *data room* ad una parte della documentazione confidenziale è stata rigettata;
- l'istruttoria sarebbe basata sulle osservazioni della sola segnalante mancando il coinvolgimento di altri sviluppatori di *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica e degli sviluppatori di *app* di navigazione nonché di Apple; inoltre, sarebbero state ignorate le questioni di sicurezza legate all'uso di *app* tramite Android Auto.

Sulle conclusioni dell'istruttoria

247. Le critiche di Google alla contestazione contenuta nella CRI riguardano la definizione dei mercati rilevanti sui quali Google detiene una posizione dominante, la prova dell'illecito contestato e la qualificazione di Google come *gatekeeper*.

248. Con riguardo alla definizione dei mercati rilevanti sui quali Google detiene una posizione dominante, viene ritenuto non corretto il riferimento al caso AT.40099 – Google Android. Ciò in quanto in quel caso l'accertamento riguardava la condotta di Google rispetto ai produttori di *smartphone* e la definizione dei mercati si fondava sulla premessa che il sistema operativo di Apple non è oggetto di licenza, mentre nel caso in esame Apple CarPlay è oggetto di licenza.

249. Con riguardo alla prova dell'illecito, Google contesta, in primo luogo, che non esisterebbe alcun rapporto di concorrenza tra Google e Enel X Italia in quanto una sovrapposizione parziale di funzioni non sarebbe idonea a determinare un rapporto di sostituibilità. Viene richiamata la decisione della Commissione sul caso AT.39740 – Google Search (Shopping) nella quale la Commissione ha ritenuto che i servizi di acquisti comparativi e le piattaforme commerciali non appartenevano al medesimo mercato rilevante³³⁹.

250. In secondo luogo, Android Auto non è ritenuta indispensabile affinché la *app* di Enel X Italia possa arrivare agli utenti finali. A sostegno di tale affermazione Google argomenta che:

- la *app* di Enel X Italia sarebbe in grado di crescere indipendentemente dalla presenza su Android Auto. Infatti i *download* di tale *app* sono stati costantemente in crescita nell'arco temporale compreso tra maggio 2018 (rilascio delle versioni *mobile* di JuicePass) e marzo 2021, sugli *app store* di Apple e Google, e i *download* per dispositivi Android (44.151) hanno rappresentato il 62,2% del totale dei *download* effettuati mentre quelli per dispositivi iOS (26.822) il 37,8%. Inoltre,

³³⁸ Si veda memoria finale di Google del 24 marzo 2021 e verbale dell'audizione finale del 29 marzo 2021.

³³⁹ Decisione della Commissione del 27 giugno 2017.

successivamente al rilascio della versione di JuicePass compatibile con Apple CarPlay (23 novembre 2020) i *download* di JuicePass per dispositivi Android (12.854) hanno rappresentato il 67,7% del totale a fronte del 32,3% dei *download* per dispositivi iOS;

- l'utilizzo di Android Auto sarebbe ancora modesto. Negli ultimi tre anni, a livello mondiale, gli utenti attivi su base mensile di Android Auto sono cresciuti (3,9 milioni nel 2018, 7,8 milioni nel 2019, 11,5 milioni nel 2020) e sono parimenti cresciuti in numero i veicoli compatibili con Android Auto (53 milioni nel 2018, 79 milioni nel 2019, 100 milioni nel 2020) ma la "quota di auto compatibili in cui Android Auto è utilizzato su base mensile" (data dal rapporto tra i precedenti indicatori) resterebbe bassa attestandosi al 7% nel 2018, al 10% nel 2019 e al 12% nel 2020. Google ritiene che "un gran numero di conducenti continui a utilizzare le applicazioni direttamente sul proprio smartphone (nonostante tale comportamento possa essere fonte di pericolose distrazioni)" e che alcuni guidatori utilizzerebbero i sistemi di *infotainment* delle proprie auto;

- anche l'utilizzo di Google Maps attraverso Android Auto risulterebbe modesto. Nell'arco temporale compreso tra il 14 febbraio 2021 e il 13 marzo 2021, in Italia, circa 11,3 milioni di utenti di Google Maps hanno cercato indicazioni per itinerari via automobile e di questi circa 400.000, ossia, il 3,5%, hanno utilizzato la versione di Google Maps compatibile con Android Auto;

- le principali funzioni di JuicePass non necessiterebbero di Android Auto. In particolare, la prenotazione della colonnina di ricarica potrebbe essere effettuata prima dell'inizio del tragitto ovvero, a tragitto iniziato, arrestando la marcia per un arco temporale che Google stima pari a un minuto e ritiene accettabile se paragonato ai tempi di ricarica delle auto elettriche, compresi tra quarantacinque minuti e due ore;

- Enel X Italia potrebbe stipulare accordi con i produttori di veicoli elettrici per integrare la propria *app* nei diversi sistemi di *infotainment*. Al riguardo, Google evidenzia come Enel X Italia abbia concluso diversi accordi con case automobilistiche e rappresenti un operatore di primario rilievo nel comparto dei servizi di ricarica elettrica.

251. In terzo luogo, la condotta di Google oggetto di accertamento non costituirebbe un rifiuto. Ciò in quanto Google era impossibilitata a pubblicare la *app* di Enel X Italia in mancanza di un adeguato *template* e non sussistevano le condizioni che hanno indotto Google a sviluppare la *app* di navigazione coreana "Kakao" come *custom app*. Ritenendo che "lo sviluppo di un *template* era l'unica soluzione tecnica proporzionata in grado di soddisfare allo stesso tempo la necessità di rispettare i requisiti di sicurezza alla guida e la richiesta di Enel X" (enfasi nell'originale), Google ha investito risorse per lo sviluppo di un nuovo *template* del quale ha rilasciato una versione *beta*. Google ritiene che la versione *beta* del nuovo *template* per *app* per la ricarica elettrica sia idoneo a consentire la pubblicazione della *app* di Enel X Italia su Android Auto.

252. In quarto luogo, non vi sarebbe un intento escludente nella condotta di Google che, al contrario, sarebbe stata sempre improntata ad una volontà di collaborazione. Google ribadisce, inoltre, di non essere interessata ai dati generati dagli utenti con riguardo alle colonnine di ricarica.

253. In quinto luogo, non sono provati gli effetti escludenti della condotta di Google. A sostegno di questa affermazione Google richiama il fatto che la mobilità sia ancora in una fase di sviluppo, che Enel X Italia svolga concretamente le attività di *Mobility Service Provider* e di *Charging Point Operator* e che vi siano evidenze di una crescita dei *download* della *app* di Enel X Italia.

254. Con riguardo alla qualificazione di Google come *gatekeeper* viene contestato che si tratti di un *escamotage* per sottrarsi all'obbligo di dimostrare l'illiceità della condotta di Google ai sensi

dell'articolo 102 del TFUE. Il concetto di *gatekeeping* sarebbe “*completamente estrane[o]*” al diritto della concorrenza³⁴⁰ e sarebbe stato introdotto solo per richiamare il concetto di *level playing field* che, a sua volta, sarebbe riferibile a due scenari molto specifici della disciplina *antitrust* (applicazione dell'art. 106 del TFUE sugli aiuti di Stato e casi che riguardano *input* indispensabili).

Sulla sanzione

255. In ragione delle censure mosse alle conclusioni contenute nella CRI, Google ritiene che la propria condotta non possa essere qualificata come illecita e tanto meno come un illecito grave o molto grave. Non ricorrerebbero, pertanto, i presupposti per l'irrogazione di una sanzione.

256. Inoltre, mancherebbe, nel caso di specie, l'elemento soggettivo per l'imposizione di una sanzione eccedente i limiti di una sanzione simbolica o minima. Si sarebbe concretizzata, infatti, una situazione di “*incertezza del diritto*” in conseguenza della “*complessità del contesto giuridico e fattuale*” di riferimento e della “*novità della fattispecie*”. In siffatta situazione Google non sarebbe stata in grado di valutare *ex ante* la compatibilità della propria condotta con la normativa a tutela della concorrenza.

257. Quanto alla durata, l'inizio del presunto abuso non potrebbe essere fatto coincidere con il primo rifiuto espresso di Google (20 settembre 2018) in quanto mancava all'epoca un *template* adeguato a consentire la pubblicazione della *app* di Enel X Italia su Android Auto; inoltre, è necessario tempo per lo sviluppo di un *template* e, nel caso di specie, la fase di sviluppo e *test* è stata rallentata dagli effetti della pandemia da Covid-19 sulle attività ordinarie. La fine del presunto abuso non potrebbe essere posteriore alla data di rilascio della versione *beta* del nuovo *template* (15 ottobre 2020).

258. Per quanto concerne i criteri di quantificazione della sanzione, Google contesta che si possano prendere in considerazione, come base di calcolo, i fatturati afferenti ad Android e Google Play in quanto Enel X Italia ha potuto fin da subito sviluppare la propria *app* per Android e distribuirla tramite Google Play. L'Autorità potrebbe, pertanto, basare i propri calcoli al più sul fatturato relativo a Google Maps.

259. Google contesta, inoltre, che vi siano circostanze aggravanti da considerare nel calcolo della sanzione. In particolare, la non tempestiva domiciliazione in Italia delle società Alphabet Inc. e Google LLC, che nella CRI è stata indicata come possibile circostanza aggravante, non ha prodotto alcun effetto ostruzionistico nello svolgimento del procedimento e, in ogni caso, Google ha sempre partecipato in maniera proattiva al medesimo procedimento.

260. Ai fini del calcolo dell'eventuale sanzione l'Autorità dovrebbe, invece, considerare come circostanza attenuante il fatto che Google abbia agito nella convinzione della piena legittimità della propria condotta. Google ha, infatti, fondato il proprio comportamento nei confronti di Enel X Italia “*su un parere legale interno, che aveva confermato l'assenza di obblighi di garantire a JuicePass l'accesso ad Android Auto*”³⁴¹.

³⁴⁰ Si tratterebbe, in particolare, di una nozione mutuata dalla proposta di regolamento relativo a mercati equi e contendibili nel settore digitale (cd. Digital Markets Act).

³⁴¹ Parere riportato in diversi documenti ispettivi costituiti da *thread* di *e-mail* interne tra cui, ad esempio, doc. ISP50.

Sull'imposizione di obblighi

261. Google ritiene che l'imposizione di obblighi, come delineata nella CRI, sia inutile in quanto Google ha rilasciato un nuovo *template* (in versione *beta*) che già consente a Enel X Italia di sviluppare una versione della propria *app* compatibile con Android Auto. Il *template* in questione "include già una funzione di prenotazione (a condizione che questa non implichi alcuna attività relativa al pagamento della sessione di ricarica)" mentre non consente di avviare la sessione di ricarica; secondo Google l'indisponibilità di tale ultima funzione non costituisce una concreta limitazione d'uso in quanto "prima di utilizzare tale funzione, il conducente deve necessariamente uscire dalla propria auto e collegare la spina di ricarica al veicolo elettrico".

262. Quanto alla possibilità di sviluppare una *app* personalizzata per JuicePass, Google ribadisce che questa "non [è] un'opzione concretamente percorribile". Inoltre, lo sviluppo di una soluzione personalizzata per Enel X Italia potrebbe rappresentare una discriminazione nei confronti di altri sviluppatori di *app*.

V. VALUTAZIONI

V.1 Premessa

263. La condotta di Google oggetto di approfondimento riguarda la pubblicazione di *app* di sviluppatori terzi sulla piattaforma Android Auto e, in particolare, il rifiuto opposto da Google alla richiesta di Enel X Italia di ottenere che la *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica JuicePass (già Enel X Recharge) fosse disponibile su Android Auto. Nello specifico, Google non ha definito e messo a disposizione le soluzioni informatiche che avrebbero consentito a Enel X Italia di sviluppare una versione della propria *app* compatibile con Android Auto e/o utilizzabile in maniera facile e sicura dagli utenti alla guida di un'auto.

264. La condotta di Google assume rilevanza ai fini della tutela della concorrenza e delle dinamiche di mercato in ragione della posizione dominante detenuta dalla stessa Google. Le specifiche caratteristiche di tale condizione di mercato danno a Google un ruolo centrale nell'abilitazione delle interazioni e transazioni digitali e, in particolare, nel consentire agli utenti professionali (nel caso di specie, gli sviluppatori) di accedere alla platea degli utenti finali di *app* (*gateway*). In tale contesto, l'interoperabilità (in senso lato), che di per sé stessa rappresenta un elemento qualificante dei mercati e dei prodotti digitali, diventa l'elemento chiave perché si crei e si mantenga un'offerta ampia e plurale. Inoltre, le tipologie e le specifiche caratteristiche delle *app* pubblicabili su Android Auto nonché la tempistica della definizione e della messa a disposizione dei necessari strumenti di programmazione dipendono esclusivamente da Google; pertanto, Enel X Italia non può sviluppare una versione della propria *app* compatibile con Android Auto in mancanza di una specifica attività di Google.

265. Un'ulteriore circostanza rende la condotta di Google meritevole di essere approfondita sotto il profilo *antitrust*: la presenza su Android Auto della *app* proprietaria Google Maps. Infatti, esiste uno spazio competitivo che comprende sia Google Maps (così come altre *app* di navigazione) sia la *app* di Enel X Italia (così come altre *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica) con la prima che tratta le colonnine di ricarica come gli altri punti di interesse sulle mappe (approccio generalista) e la seconda che risponde ai bisogni specifici degli utenti in materia di ricarica elettrica (approccio specialistico); entrambe le *app* offrono servizi di ricerca e navigazione relativamente alle colonnine

di ricarica (concorrenza effettiva) e, in aggiunta, la *app* di Enel X Italia offre funzionalità che sono nuove e ma che potrebbero in futuro essere integrate in Google Maps (concorrenza potenziale); inoltre, la *app* di Enel X Italia e Google Maps competono per gli utenti e per i dati da questi generati.

266. Per effetto della condotta di Google la *app* JuicePass è restata esclusa dalla piattaforma Android Auto da oltre due anni e, in particolare, all'inizio di una fase di significativa crescita delle vendite di auto elettriche e, dunque, della domanda di servizi connessi alla ricarica elettrica. Se la disponibilità della *app* di Enel X Italia su Android Auto dovesse essere ulteriormente ostacolata potrebbero essere compromesse le possibilità per la *app* JuicePass di affermarsi tra le *app* che vengono effettivamente utilizzate dagli utenti, in ragione della rilevanza di Android Auto quale punto di accesso agli utenti che utilizzano le *app* quando si trovano alla guida e degli effetti (indiretti) di rete quale fattore chiave per una effettiva operatività delle applicazioni digitali.

V.2 Il contesto di riferimento

267. Il caso in esame si colloca in un contesto di mercato di forte innovazione e in rapida evoluzione. Questo vale sia per i servizi per la mobilità elettrica, che rappresentano in senso lato l'ambito nel quale si producono gli effetti della condotta di Google oggetto di accertamento, sia per le soluzioni tecnologiche per l'uso delle *app* presenti sul telefonino (o sul *tablet*) attraverso le unità di *infotainment* delle auto, che rappresentano in senso lato l'ambito nel quale si colloca la posizione dominate di Google.

268. L'intero settore della mobilità elettrica si trova in una fase di sviluppo ed evoluzione che si riverbera nel comparto dei relativi servizi. In particolare, la previsione condivisa è che a partire dal 2020 e fino al 2025 si assisterà ad una significativa crescita delle immatricolazioni di auto elettriche e, di conseguenza, della quota di auto elettriche sul parco auto circolante³⁴². Con riguardo ai servizi di ricarica elettrica, è in corso di definizione la struttura dell'offerta, della quale si intravedono, tuttavia, alcuni tratti caratterizzanti, tra cui la distinzione tra CPO (*Charging Point Operator*) e MSP (*Mobility Service Provider*), l'emergere di piattaforme per l'interoperabilità tra i sistemi dei diversi CPO e MSP e la diffusione di *app* per servizi connessi alla ricarica elettrica³⁴³. È sul terreno dei servizi connessi alla ricarica elettrica che si gioca il confronto competitivo tra le *app* dedicate a siffatti servizi (approccio specialistico), come JuicePass (già Enel X Recharge), e le *app* di navigazione, come Google Maps, che includono le colonnine di ricarica tra i punti di interesse sulle mappe per i quali è possibile effettuare la ricerca (approccio generalista). Ad oggi, sia JuicePass che Google Maps offrono servizi di ricerca per la localizzazione e le informazioni, rilevanti ai fini della ricarica, sulle colonnine di ricarica; a ciò la *app* JuicePass aggiunge altri servizi e, segnatamente, quelli di prenotazione, gestione e pagamento della sessione di ricarica.

269. Per quanto concerne le soluzioni tecnologiche per l'uso delle *app* presenti sul telefonino (o sul *tablet*) attraverso le unità di *infotainment* delle auto, le evidenze agli atti danno conto della diversità e variabilità delle soluzioni adottate dalle case automobilistiche per i sistemi di

³⁴² Si vedano studio "*Smart Mobility Report*" del settembre 2019 di Energy & Strategy Group, doc. n. 125 (risposta di Mercedes-Benz del 20 luglio 2020), doc. n. 131 (risposta di PSA del 29 luglio 2020), doc. n. 135 (risposta di Renault del 4 agosto 2020), doc. n. 133 (risposta di Volkswagen del 3 agosto 2020) e doc. n. 155 (risposta di FCA del 21 settembre 2020).

³⁴³ Si vedano doc. n. 43 (verbale dell'audizione di Enel X Italia del 10 ottobre 2019), doc. n. 49 (comunicazione di Enel X Italia del 30 ottobre 2019), doc. n. 80 (risposta di Enel X Italia del 16 marzo 2020), doc. n. 95 (risposta di Enel X Italia del 16 giugno 2020) e studio "*Smart Mobility Report*" del settembre 2019 di Energy & Strategy Group (Politecnico di Milano).

infotainment delle proprie auto nonché del conclamato interesse delle medesime case automobilistiche per offrire ai propri clienti la possibilità di usare le *app* che sono presenti sui dispositivi mobili attraverso gli apparati di *infotainment*³⁴⁴. Queste caratteristiche portano alla chiara affermazione di Android Auto come *standard* per consentire l'interoperabilità tra gli apparati mobili intelligenti con sistema operativo Android e i sistemi di *infotainment* delle auto. Inoltre, Google ha di recente lanciato un sistema operativo per gli apparati di *infotainment* delle auto basato su Android (Android Automotive Operating System) così confermando il proprio interesse per l'estensione (in senso lato) del proprio sistema operativo all'ambiente auto.

270. Le caratteristiche di forte innovazione e rapida evoluzione comportano che, nel caso in esame più che in altri, si debba adottare un'ottica prospettica nella valutazione dei processi competitivi. Così, la diffusione della *app* di Enel X Italia e l'interesse di Google ad offrire agli utenti di Google Maps servizi connessi alla ricarica elettrica devono essere collocati nella prospettiva di sviluppo della mobilità elettrica e non nel quadro di una diffusione ancora limitata delle auto elettriche. Analogamente, la rilevanza di Android Auto quale *standard* di mercato per l'interoperabilità tra l'ambiente *smartphone* (e *tablet*) e l'ambiente auto va valutata nel contesto di varietà e variabilità dei sistemi di *infotainment* delle auto, ciò che rende eventuali soluzioni personalizzate (per singoli sistemi) tanto più onerose e meno rispondenti ad un obiettivo di diffusione generalizzata presso la platea degli utenti finali di applicazioni per l'ambiente auto.

271. Il caso in esame si colloca, inoltre, in un contesto digitale riguardando l'interoperabilità tra l'ambiente *smartphone* (e *tablet*) e l'ambiente auto e il confronto competitivo tra *app*. Il modello economico di riferimento è quello delle piattaforme digitali.

Android Auto, essendo l'estensione di Android all'ambiente auto, si configura come una piattaforma scelta dai costruttori di auto e dagli sviluppatori di *app* per rispondere alle esigenze e per intercettare l'interesse della platea – vastissima – dei possessori di dispositivi mobili intelligenti con sistema operativo Android³⁴⁵.

La *app* JuicePass (già Enel X Recharge) per i servizi connessi alla ricarica elettrica, sviluppata da Enel X Italia, è essa stessa una piattaforma che mette in contatto diversi CPO e MSP che consentono la ricarica di auto elettriche, su un versante, e gli utenti che acquistano la ricarica, su un altro versante. Anche Google Maps è una piattaforma con riferimento alle funzioni di ricerca della localizzazione e delle informazioni rilevanti sui punti di interesse (nel caso di specie, colonnine di ricarica): infatti, Google Maps mette in collegamento i soggetti che posseggono e gestiscono detti punti di interesse con gli utenti che effettuano ricerche sui medesimi.

272. Poiché, nel caso in esame, il modello economico di riferimento è quello delle piattaforme digitali, il rapporto con gli utenti assume un ruolo centrale: attraverso Android Auto, Google intende mantenere il rapporto con gli utenti di dispositivi mobili intelligenti con sistema operativo Android

³⁴⁴ Si vedano doc. n. 125 (risposta di Mercedes-Benz del 20 luglio 2020), doc. n. 131 (risposta di PSA 29 luglio 2020), doc. n. 133 (risposta di Volkswagen del 3 agosto 2020), doc. n. 135 (risposta di Renault del 4 agosto 2020), doc. n. 155 (risposta di FCA del 21 settembre 2020) e doc. n. 167 (risposta di Mercedes-Benz del 15 ottobre 2020). Si veda altresì doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

³⁴⁵ Infatti, Android Auto estende all'ambiente auto la funzione di piattaforma di Android, che mette in relazione i costruttori di apparati mobili intelligenti, gli sviluppatori di *app* e gli utenti dei dispositivi mobili intelligenti. Inoltre, Google Play, vale a dire l'*app store* attraverso il quale avviene la diffusione delle *app* utilizzabili sui dispositivi mobili intelligenti e di quelle utilizzabili (anche) tramite le unità di *infotainment* delle auto, è una piattaforma che mette in relazione gli sviluppatori di *app* e gli utenti.

quando gli stessi utenti si trovano alla guida di un'auto; con la *app* JuicePass (già Enel X Recharge) Enel X Italia intende instaurare e mantenere un rapporto con gli utenti di servizi connessi alla ricarica elettrica; estendendo alle colonnine di ricarica le funzioni di ricerca della localizzazione e di informazioni rilevanti di Google Maps, Google mira a mantenere l'impegno e l'interesse degli utenti della propria *app* di navigazione anche con riguardo alla categoria, in ascesa, dei servizi connessi alla ricarica elettrica.

273. Gli utenti sono (anche) una fonte di dati e, pertanto, il caso in esame riguarda anche l'appropriazione dei dati generati dagli utenti. In particolare, vengono in rilievo i dati relativi alle ricerche di colonnine di ricarica i quali vengono prodotti, alternativamente, usando le *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica o le *app* di navigazione. Diversamente, i dati relativi all'uso delle colonnine di ricarica, quali la colonnina presso cui viene effettuata la ricarica e la durata di quest'ultima, sono generati utilizzando le *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica; questi stessi dati possono essere inferiti dalle *app* di navigazione nella misura in cui esse dispongano di una precisa mappatura delle colonnine. Pertanto, per i dati relativi all'uso delle colonnine di ricarica, la questione dell'appropriazione si pone, dal punto di vista degli sviluppatori di *app* di navigazione, in termini di validazione di dati (altrimenti) inferiti.

274. Un'altra conseguenza del fatto che il modello economico di riferimento è quello delle piattaforme consiste nell'importanza dei cd. effetti di rete e nella possibilità che si producano fenomeni di cd. *winner-takes-all*. Gli effetti di rete rinforzano il successo e la diffusione di una piattaforma in quanto, su ciascun versante, la diffusione presso un gruppo economico di riferimento (ad esempio, nel caso di Android Auto, i possessori di dispositivi mobili intelligenti con sistema operativo Android e gli sviluppatori di *app*), attira altri soggetti, sia appartenenti al medesimo gruppo (effetti diretti, per cui la diffusione presso gli sviluppatori attira altri sviluppatori e la diffusione presso gli utenti attira altri utenti), sia appartenenti agli altri gruppi economici di riferimento (effetti indiretti, per cui, ad esempio, maggiore il numero di possessori di dispositivi mobili intelligenti con sistema operativo Android, maggiore il numero di sviluppatori di *app* che programmano applicazioni per Android Auto e viceversa). Quando un'unica piattaforma arriva a connettere la larga maggioranza dei soggetti economici di riferimento si determina un fenomeno di cd. *winner-takes-all* per cui la piattaforma diventa un punto di riferimento ineludibile per una determinata tipologia di servizi.

275. Nel caso in esame, la *app* JuicePass (già Enel X Recharge), così come le altre *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica, devono affrontare un confronto competitivo con le *app* di navigazione, e in particolare con Google Maps. La posta in gioco di tale confronto è rappresentata dal rapporto con gli utenti e dall'appropriabilità delle informazioni generate dagli utenti. L'esistenza degli effetti di rete e la possibilità che si verifichino effetti di *winner-takes-all* implicano non solo che è necessario raggiungere una quota critica di utenti ma anche che, per raggiungere tale obiettivo, non si può aspettare che il mercato sia maturo ma, al contrario, bisogna avere pronta la propria offerta fin dalle prime fasi di significativa crescita del mercato. In tal senso, una condotta volta ad ostacolare e procrastinare lo svolgersi di un confronto competitivo effettivo tra le *app* di navigazione e le *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica è idonea a comportare l'esclusione dal novero delle *app* effettivamente utilizzate dagli utenti per la ricerca delle colonnine di ricarica.

276. Google non è solo uno sviluppatore di *app* e, pertanto, un concorrente degli utenti professionali di Android Auto, ma anche il soggetto che ha creato e controlla Android Auto, e cioè

l'ambiente di elezione delle applicazioni per la navigazione e per i servizi connessi alla ricarica elettrica. Inoltre, Google è un *gatekeeper* per gli utenti di Android e, nello specifico, di Android Auto: infatti, Android Auto è un punto di accesso agli utenti finali per la distribuzione di *app* e, inoltre, la definizione e il rilascio degli strumenti di programmazione per Android Auto sono una prerogativa di Google, che decide quali *app* possono essere pubblicate su Android Auto e con quale tempistica. Il doppio ruolo di *gatekeeper* e concorrente impone a Google di rispettare un principio di parità delle condizioni competitive (non discriminazione), il cd. *level playing field*, nell'esercizio delle proprie prerogative di soggetto responsabile delle caratteristiche e dello sviluppo di Android Auto.

277. Poiché, Android Auto è un *gateway* dal quale dipende (anche) l'introduzione di applicazioni innovative, il *level playing field* si declina in termini sia statici che dinamici. In senso statico, il *level playing field* richiede che Google metta a disposizione degli sviluppatori terzi strumenti di programmazione che consentano di creare *app* analoghe a quelle proprietarie di Google, vale a dire, nel caso di specie, che consentano la ricerca di punti di interesse (quali le colonnine di ricarica) e la navigazione e che non comportino limitazioni rispetto alle funzionalità e alle modalità di utilizzo di Google Maps (e Waze) su Android Auto. In senso dinamico, il *level playing field* richiede che Google non impedisca a soggetti terzi di offrire su Android Auto *app* e funzioni nuove e diverse, in aggiunta a quelle offerte dalla stessa Google tramite le *app* proprietarie; il limite a tale istanza va cercato nell'esistenza di giustificati motivi che ostino all'introduzione di funzionalità ulteriori e innovative.

V.3 I mercati rilevanti a monte e lo spazio competitivo a valle

I mercati rilevanti a monte e lo spazio competitivo a valle

278. Nel caso in esame, vengono in rilievo due mercati rilevanti, entrambi individuati dalla Commissione Europea nella decisione sul caso AT.40099 – Google Android: il mercato della concessione di licenze per sistemi operativi per dispositivi mobili intelligenti, dove Google è presente tramite Android, e il mercato dei portali di vendita di applicazioni per Android (Android *app store*), dove Google è presente tramite Google Play. La dimensione geografica di entrambi i mercati è mondiale con l'esclusione dalla Cina.

279. Android è una piattaforma che mette in relazione i costruttori di dispositivi mobili intelligenti, gli sviluppatori di *app* e gli utenti finali. Android viene utilizzato dagli sviluppatori per creare *app* e l'attività degli sviluppatori e gli effetti di rete innescati relativamente agli utenti finali rivestono un'importanza determinante per il successo di Android. Pertanto, le valutazioni svolte dalla Commissione sulla definizione dei mercati (e sulla posizione dominante di Google) nel caso richiamato, che riguardava la condotta di Google nei confronti dei produttori di dispositivi mobili intelligenti, restano valide nel caso di specie, che riguarda la condotta di Google nei confronti di una classe di sviluppatori di *app*. Il caso di specie riguarda, in particolare, una funzionalità specifica di Android, vale a dire Android Auto, e tale funzionalità è oggetto di approfondimento nell'analisi dei mercati rilevanti a monte.

280. Il sistema operativo iOS, sviluppato da Apple, non viene concesso in licenza e, pertanto, non appartiene al medesimo mercato rilevante di Android. La circostanza evidenziata da Google, secondo la quale Apple CarPlay sarebbe licenziabile (presumibilmente ai costruttori di auto per i sistemi di *infotainment*), non cambia il fatto che iOS e Android individuano distinti ecosistemi, intesi come insiemi di prodotti e/o piattaforme pienamente interoperabili e volti a soddisfare una

molteplicità di bisogni degli utenti. In detti ecosistemi, per quanto di interesse, (i) gli utenti finali non possono utilizzare le *app* sviluppate per un sistema operativo diverso da quello del proprio dispositivo né tanto meno per la corrispondente estensione all'ambiente auto e (ii) gli sviluppatori devono progettare le proprie *app* utilizzando gli strumenti di programmazione *ad hoc* per i due sistemi operativi e per le corrispondenti estensioni all'ambiente auto.

281. Android Auto è un'estensione di Android che consente l'uso dei dispositivi mobili con tale sistema operativo, e in particolare di alcune *app* ivi presenti, quando l'utente è alla guida, in condizioni di sicurezza e di contenimento della distrazione. Android Auto è altresì parte integrante del sistema operativo Android a partire dalla versione Android 10³⁴⁶. La distribuzione di *app* agli utenti finali di Android Auto avviene tramite Google Play in quanto la pubblicazione su Google Play di una *app* sviluppata in maniera da essere compatibile con Android Auto comporta che la medesima *app* è disponibile sia nella versione "piena" per *smartphone* (e *tablet*), sia nella versione adattata per l'uso sicuro nell'ambiente auto. Pertanto, ai fini della pubblicazione di una *app* su Android Auto devono essere verificate due condizioni: che la *app* sia sviluppata con gli strumenti di programmazione predisposti da Google per Android Auto e che la *app* sia distribuita tramite Google Play.

282. Ai fini della valutazione della condotta di Google, Android e Google Play costituiscono, pertanto, il presupposto necessario per il funzionamento e lo sviluppo di Android Auto. Tali prodotti sono, in particolare, piattaforme che mettono in relazione (almeno) i due versanti degli sviluppatori (utenti professionali) e degli utenti finali di *app* per dispositivi mobili intelligenti così delimitando lo spazio di mercato di Android Auto. All'interno di tale spazio, Android Auto definisce l'insieme di *app* che possono essere utilizzate in maniera facile e sicura alla guida, così indirizzando la propria offerta a quella parte di utenti professionali e finali che sono interessati, come sviluppatori o come utilizzatori, alle applicazioni per l'ambiente auto. Le specifiche caratteristiche di Android Auto nonché i rapporti di sostituibilità con altre soluzioni per l'uso di *app* nell'ambiente auto saranno oggetto di un paragrafo dedicato.

283. I mercati rilevanti sopra richiamati e, in particolare, la loro applicazione all'ambiente auto, si pongono a monte dello spazio competitivo che comprende sia le *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica, che sono applicazioni dedicate a tale categoria di servizi (approccio specialistico), sia le *app* di navigazione che, secondo un approccio generalista, estendono i rispettivi servizi, a partire da quello di ricerca, alle colonnine di ricarica (aggiungendo tali infrastrutture ai punti di interesse integrati nelle mappe). È in tale spazio competitivo che si producono gli effetti della condotta di Google oggetto di approfondimento nel presente procedimento.

284. La definizione di siffatto spazio competitivo deriva dal rapporto competitivo che lega le *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica, tra cui JuicePass, e le *app* di navigazione, tra cui Google Maps, e si declina in termini di concorrenza effettiva (funzioni di ricerca e navigazione), concorrenza potenziale (funzioni di gestione e/o pagamento della ricarica ed eventualmente di prenotazione) nonché, trattandosi di piattaforme, concorrenza per gli utenti e per i dati da questi generati. Sotto il profilo geografico, l'analisi riguarda l'intero territorio nazionale in quanto la *app* di Enel X Italia risulta specializzata su tale ambito³⁴⁷; ad ogni modo, i servizi forniti da JuicePass e Google Maps

³⁴⁶ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

³⁴⁷ Si veda doc. n. 80 (risposta di Enel X Italia del 16 marzo 2020).

hanno un carattere locale e, pertanto, la considerazione complessiva degli ambiti spaziali contigui non appare superare il territorio nazionale in ragione delle condizioni di omogeneità linguistica, urbanistica e di stile di vita.

L'estensione di Android all'ambiente auto: Android Auto

Android Auto crea un'esperienza utente specificamente disegnata per gli utenti alla guida³⁴⁸

285. Android Auto è un'estensione di Android e, nelle versioni più recenti (Android 10 e Android 11) parte integrante del suddetto sistema operativo³⁴⁹. Attraverso Android Auto, le funzionalità dei dispositivi mobili e alcune *app* possono essere usate in maniera facile e sicura dall'utente alla guida dell'auto.

286. Come visto, Android Auto crea un ambiente chiuso e modificato, profondamente diverso rispetto a quello complesso e ricco di attività dello *smartphone* e del *tablet*. Inoltre, Android Auto risponde alle esigenze dell'utente alla guida consentendogli di telefonare, ricevere e inviare messaggi, ascoltare musica e altri contenuti audio, usare *app* di messaggistica nonché usare le *app* di navigazione di Google: attività, queste, che la stessa Google ha ritenuto essere tra le più rilevanti per l'utente alla guida. Ancora, l'esperienza utente su Android Auto è fortemente aiutata dall'uso di comandi vocali.

287. La caratteristica di Android Auto di creare un ambiente chiuso e idoneo all'uso alla guida viene esaltata dalla possibilità di utilizzare il *display* e i comandi dell'unità di *infotainment* dell'auto, quando lo *smartphone* (o il *tablet*) è collegato (con un cavo o *wireless*) alla stessa unità di *infotainment* delle auto. Tuttavia, la caratteristica in questione è indipendente dal collegamento del dispositivo mobile all'unità di *infotainment* in quanto, come evidenziato da Google, l'esperienza utente, semplificata e adeguata alla guida, è disponibile anche solo attivando Android Auto senza effettuare il collegamento.

288. Android Auto è stato disegnato per utilizzare la connessione dati del dispositivo mobile in auto. Questa caratteristica risulta di particolare interesse per quelle *app* che devono essere utilizzate *online*: è questo il caso della *app* JuicePass sviluppata da Enel X Italia la cui funzione di prenotazione richiede che sia verificata in tempo reale l'effettiva disponibilità delle colonnine di ricarica.

289. Nella sostanza, pertanto, Android Auto crea un'esperienza utente modificata, semplificata e necessaria per la fruizione dei servizi dell'*app* da parte del conducente della vettura – per rispondere alle esigenze di sicurezza e riduzione della distrazione richieste in caso di guida di un autoveicolo – che non è sostituibile con quella complessa e ricca di interazioni dello *smartphone* (o *tablet*), quando Android Auto non sia attivato. Inoltre, per uscire da Android Auto è necessario effettuare lo sblocco del dispositivo, attività che costituisce di per sé stessa una fonte di distrazione oltre che una brusca interruzione della fluidità d'uso del dispositivo e delle *app* quando l'utente è alla guida.

Android Auto costituisce uno standard per i costruttori di auto e per gli sviluppatori di *app*

290. Android Auto, estendendo la piattaforma Android all'ambiente auto, mette in relazione costruttori di auto e gli sviluppatori di *app* con i possessori di dispositivi mobili con sistema

³⁴⁸ Si vedano doc. n. 23 (verbale dell'audizione di Google Italy del 16 luglio 2019), doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019), doc. n. 56 (verbale dell'audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019) e doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

³⁴⁹ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

operativo Android. Sul versante delle case automobilistiche, che decidono se rendere i propri sistemi di *infotainment* compatibili con Android Auto, quest'ultimo emerge come uno *standard* di mercato: la larghissima maggioranza delle case automobilistiche (che rappresentano il 98% delle auto vendute in Italia) ha, in effetti, scelto di rendere i propri sistemi di *infotainment* compatibili con Android Auto³⁵⁰. I gruppi automobilistici interpellati nel corso del procedimento hanno, inoltre, spiegato che l'interoperabilità con Android Auto risponde alle esigenze dei potenziali clienti ed è necessaria per stare al passo con la concorrenza, confermando che Android Auto costituisce uno *standard* di mercato³⁵¹.

291. Parimenti, appare manifesto l'interesse degli sviluppatori di *app* per Android Auto, come dimostrato dal numero di *app* presenti su tale piattaforma, numero che la stessa Google indica nell'ordine di migliaia³⁵².

L'attrattività di Android Auto per gli sviluppatori di *app* di navigazione e per la ricarica elettrica, è testimoniata dal fatto che, benché Android Auto non sia ancora aperta a queste tipologie di *app*, utilizzando la versione *beta* del nuovo *template*, alcuni sviluppatori di *app* di navigazione e di *app* per la ricarica elettrica hanno sviluppato versioni *beta* delle rispettive *app*³⁵³.

Anche le *app* che ambiscono ad un'ampia platea di utenti (quali le *app* di navigazione), o che già dispongono di un'ampia platea di utenti (quali le *app* di *streaming* musicale Spotify e Deezer), sono presenti su Android Auto o hanno manifestato chiaramente il proprio interesse ad esserlo³⁵⁴.

Inoltre, le *app* sviluppate dalle case automobilistiche, che decidono dei sistemi di *infotainment* presenti sulle relative vetture, sono presenti su Android Auto³⁵⁵. Questo costituisce un indice di particolare rilievo di quanto Android Auto sia considerato rilevante per arrivare agli utenti finali: infatti, le case automobilistiche potrebbero sviluppare *app* native nei propri sistemi di *infotainment* senza dover negoziare con alcun soggetto e, inoltre, sono interessate a raggiungere sottoinsiemi dei potenziali utenti finali, vale a dire quelli che posseggono auto da loro costruite.

292. La platea dei possessori di dispositivi con sistema operativo Android, che sono i potenziali utenti di Android Auto, risulta essere particolarmente ampia. In particolare, come sopra evidenziato, in Italia circa i tre quarti degli *smartphone* utilizzano il sistema operativo Android e sono, dunque, compatibili con Android Auto.

³⁵⁰ Si vedano informazioni sui marchi automobilistici compatibili con Android Auto e dati sulle immatricolazioni di vetture in Italia (doc. n. 194, verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell'8 febbraio 2021).

³⁵¹ Si vedano doc. n. 125 (risposta di Mercedes-Benz del 20 luglio 2020), doc. n. 131 (risposta di PSA 29 luglio 2020), doc. n. 133 (risposta di Volkswagen del 3 agosto 2020), doc. n. 135 (risposta di Renault del 4 agosto 2020), doc. n. 155 (risposta di FCA del 21 settembre 2020) e doc. n. 167 (risposta di Mercedes-Benz del 15 ottobre 2020).

³⁵² Si vedano indicazione delle principali *app* presenti su Android Auto (doc. n. 194, verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell'8 febbraio 2021) e doc. n. 56 (verbale dell'audizione di Google Italy e Google LL del 13 novembre 2019).

³⁵³ Si veda memoria finale di Google del 24 marzo 2021.

³⁵⁴ Si veda pagina *web* sulle principali *app* presenti su Android Auto (doc. n. 194, verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell'8 febbraio 2021) e memoria finale di Google del 24 marzo 2021.

³⁵⁵ Si vedano doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019) e doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

Android Auto non è sostituibile con altre tecnologiche per l'uso delle app presenti sul dispositivo mobile intelligente attraverso le unità di infotainment delle auto

293. La presenza di alcune *app* particolarmente diffuse di navigazione (Sygic) e di *streaming* musicale (Spotify e Deezer) e *podcast* (Stitcher) sui sistemi di *infotainment* di alcuni marchi di auto si aggiunge e non si sostituisce alla pubblicazione su Android Auto³⁵⁶. Pertanto, la pubblicazione di una *app* su Android Auto non emerge come alternativa rispetto all'integrazione nei sistemi di *infotainment* delle auto.

294. L'utilizzo della connessione dati del dispositivo mobile, che è, come visto, una caratteristica di Android Auto, può risultare di particolare rilievo per le *app*, quali JuicePass, che sono destinate ad un uso *online* (per consentire l'aggiornamento delle informazioni), in quanto rende certo e facile l'accesso alla connessione dati. Diversamente, solo i modelli più recenti di auto sono dotati di una connessione dati e, in ogni caso, l'utilizzo di tale connessione appare limitato a poche utilità offerte direttamente dai costruttori di auto ai clienti; pertanto, l'uso della connessione dati delle auto appare limitato e incerto³⁵⁷.

295. La numerosità e diversità dei sistemi di *infotainment* delle auto e la circostanza che i sistemi di *infotainment* sono prodotti relativamente nuovi e il relativo settore in evoluzione³⁵⁸, rendono del tutto evidente che lo sviluppo e la manutenzione di tante versioni di una *app* quanti sono i sistemi di *infotainment* presenterebbe costi operativi e di transazione molto rilevanti. Diversamente, Android è un sistema operativo consolidato e affermato e Android Auto è uno *standard* di mercato compatibile con i marchi che rappresentano la quasi totalità (98%) delle auto vendute in Italia³⁵⁹.

296. La disponibilità limitata e incerta di una connessione dati nelle auto e la fase di sviluppo ed evoluzione nella quale si trova il comparto dei sistemi di *infotainment* vanno nella stessa direzione delle preferenze manifestate dagli sviluppatori di *app*, vale a dire che l'integrazione di una *app* nei sistemi di *infotainment* delle auto non costituisce un'alternativa alla pubblicazione su Android Auto. Questo vale a maggior ragione per una *app* come JuicePass che è destinata ad un uso *online* e ha ancora una limitata diffusione presso gli utenti; tale ultima circostanza implica, in particolare, che i costi operativi e di transazione, già molto rilevanti di per sé stessi, finirebbero per risultare insostenibili. Del resto, la stessa Google, che in una fase iniziale del confronto con Enel X Italia aveva suggerito a quest'ultima di collaborare con le case automobilistiche per integrare la *app* nei sistemi di *infotainment*³⁶⁰, nelle fasi successive ha lasciato cadere questa proposta.

³⁵⁶ Si vedano siti *internet* delle *app* Sygic, Spotify, Deezer e Stitcher (doc. n. 194, verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell'8 febbraio 2021). Sygic non è ad oggi presente su Android Auto che ancora non ospita *app* di navigazione di terzi. Tuttavia, Sygic ha collaborato con Google per lo sviluppo di un nuovo *template* (ancora in versione *beta*) così dimostrando il proprio interesse ad essere presente su Android Auto.

³⁵⁷ Si vedano doc. n. 156 (risposta di FCA del 24 settembre 2020) e doc. n. 163 (risposta di PSA del 30 settembre 2020).

³⁵⁸ Si vedano doc. n. 125 (risposta di Mercedes-Benz del 20 luglio 2020), doc. n. 131 (risposta di PSA 29 luglio 2020), doc. n. 133 (risposta di Volkswagen del 3 agosto 2020), doc. n. 135 (risposta di Renault del 4 agosto 2020), doc. n. 155 (risposta di FCA del 21 settembre 2020) e doc. n. 167 (risposta di Mercedes-Benz del 15 ottobre 2020). Si veda altresì doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

³⁵⁹ Si vedano informazioni sui marchi automobilistici compatibili con Android Auto e dati sulle immatricolazioni di vetture in Italia (doc. n. 194, verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell'8 febbraio 2021).

³⁶⁰ Si vedano DC1 (segnalazione di Enel X Italia), DC5 (integrazione della segnalazione di Enel Italia del 3 aprile 2019) e documenti ispettivi ISP57, ISP76 e ISP77.

297. La strategia di alcune *app* particolarmente diffuse - come Spotify e Deezer (*streaming* musicale), Stitcher (*podcast*), e Sygic (navigazione) - di essere presenti su MirrorLink ma anche su Android Auto³⁶¹ testimonia il fatto che la presenza su MirrorLink non è alternativa a quella su Android Auto ma piuttosto complementare. Del resto, è stata rilevata la tendenza delle *app* più diffuse, appartenenti alle tipologie più frequentemente utilizzate alla guida, e cioè navigazione e *streaming* musicale (e altri contenuti audio), di essere presenti su più canali distribuzione e, segnatamente, Android Auto e/o Carplay, MirrorLink e alcuni sistemi di *infotainment*.

298. MirrorLink, che ambiva a creare uno *standard* funzionante con qualsivoglia sistema operativo, non rappresenta un'alternativa ad Android Auto. Infatti, MirrorLink è compatibile con un gruppo limitato di marchi automobilistici (che rappresentano il 40% delle auto vendute in Italia) e di modelli di *smartphone*³⁶². Tale compatibilità è, inoltre, destinata a ridursi ulteriormente nel prossimo futuro in quanto MirrorLink è stato dismesso da un gruppo automobilistico (PSA)³⁶³ e da un costruttore di apparati mobili (Samsung), che pure fanno parte del consorzio che ha dato impulso alla sua creazione³⁶⁴. Inoltre, su MirrorLink è presente un numero limitato di *app* (45) e tra queste non figurano le *app* di navigazione più diffuse e utilizzate, e cioè Google Maps e Waze, che sono invece disponibili su Android Auto e su Apple CarPlay³⁶⁵. La poca attrattività di MirrorLink è stata, infine, affermata dai gruppi automobilistici interpellati nel corso dell'istruttoria e dalla stessa Enel X Italia³⁶⁶.

299. Android Auto non è, infine, sostituibile con Apple CarPlay. Infatti, Android Auto e Apple CarPlay servono due ecosistemi separati, rispettivamente Android e iOS.

Lo spazio competitivo che comprende le app di servizi connessi alla ricarica elettrica e le app di navigazione

300. Le *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica e le *app* di navigazione sono legate da un rapporto competitivo che origina dal fatto che entrambe offrono servizi funzionali alla ricarica dei veicoli elettrici ma seguendo due approcci opposti: specialistico le prime, generalista le seconde. Siffatto rapporto competitivo consente di individuare uno spazio competitivo che contiene entrambe le tipologie di *app* ed è definito in termini di concorrenza effettiva, concorrenza potenziale e concorrenza per gli utenti e i dati.

³⁶¹ Si vedano pagina *web* sulle *app* presenti su MirrorLink e siti *internet* delle *app* Sygic, Spotify, Deezer e Stitcher (doc. n. 194, verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell'8 febbraio 2021). Come già evidenziato, Sygic ha collaborato con Google per lo sviluppo di un nuovo *template* (ancora in versione *beta*) così dimostrando il proprio interesse ad essere presente su Android Auto.

³⁶² Si veda pagine *web* sui marchi automobilistici compatibili con MirrorLink (doc. n. 194, verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell'8 febbraio 2021).

³⁶³ Si veda doc. n. 163 (risposta di PSA del 30 settembre 2020).

³⁶⁴ Si veda articolo "*Samsung dice addio ad alcuni servizi di bordo per fare spazio ad Android Auto*" (doc. n. 194, verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell'8 febbraio 2021). Si veda, inoltre, doc. n. 157 (risposta di Enel X Italia del 25 settembre 2020).

³⁶⁵ Si veda pagine *web* sulle *app* disponibili su MirrorLink (doc. n. 194, verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell'8 febbraio 2021).

³⁶⁶ Si vedano doc. n. 156 (risposta di FCA del 24 settembre 2020), doc. n. 161 (risposta di Volkswagen del 25 settembre 2020), doc. n. 162 (risposta di Renault del 29 settembre 2020), doc. n. 163 (risposta di PSA del 30 settembre 2020) e doc. n. 167 (risposta di Mercedes-Benz del 15 ottobre 2020). Si veda, inoltre, doc. n. 157 (risposta di Enel X Italia del 25 settembre).

301. L'analisi delle funzionalità fornite dalle *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica, come la *app* sviluppata da Enel X Italia, e delle funzionalità fornite dalle *app* di navigazione, come Google Maps, ha messo in evidenza che esiste un'area di sovrapposizione - e, dunque, di sostituibilità - relativamente alla funzione di ricerca delle colonnine di ricarica e delle informazioni sulle stesse rilevanti ai fini della ricarica - quali l'esatta localizzazione, il numero e le tipologie di presa, gli orari di apertura e la disponibilità. Infatti, per tali funzioni, così come per le altre funzioni relative alla ricarica eventualmente già offerte dalle *app* di navigazione, queste ultime e le *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica rispondono ai medesimi bisogni dell'utente (concorrenza effettiva). In ragione dell'importanza determinante della funzione di ricerca per la scelta dell'utente circa la colonnina presso cui effettuare la ricarica, dalla concorrenza effettiva relativamente a tale funzione discende un rapporto competitivo che si estende alle altre funzioni, attuali o future³⁶⁷, connesse alle colonnine di ricarica e ai relativi servizi, con le quali le *app* di navigazione possono ampliare la propria offerta di servizi afferenti alla ricarica dei veicoli elettrici, secondo un rapporto di concorrenza potenziale.

302. Poiché la funzione di ricerca delle colonnine costituisce la porta di accesso ai servizi di ricarica, e la loro localizzazione il principale fattore di scelta di una colonnina, la sovrapposizione di attività relativamente alla funzione di ricerca è idonea a determinare un'intermediazione delle *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica da parte delle *app* di navigazione. Inoltre, a partire da tale sovrapposizione si può arrivare ad una sostituzione delle *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica con le *app* di navigazione, in ragione dell'integrazione di nuove funzionalità nelle *app* di navigazione, quali la gestione e/o il pagamento della sessione di ricarica ed eventualmente la sua prenotazione, nonché del diffondersi di tecnologie che non richiedono per la ricarica l'intermediazione di una *app* o di una *card* (*plug&charge*): in tali circostanze, l'esperienza utente si può svolgere interamente all'interno della *app* di navigazione.

303. Le evidenze agli atti danno conto del fatto che l'interesse degli sviluppatori di *app* di navigazione per i servizi connessi alla ricarica elettrica è concreto, come dimostrato da quanto fatto e/o annunciato da Google e Apple nonché dal fatto che Sygic ha già integrato rilevanti funzionalità nei propri servizi di navigazione³⁶⁸. Inoltre, la tecnologia *plug&charge* costituisce una prospettiva concreta per l'Italia essendo riconosciuta tra le tendenze emergenti e essendovi progetti di implementazione da parte delle case automobilistiche nonché punti di ricarica già disponibili³⁶⁹.

304. In ultima analisi, le due tipologie di *app* (navigazione e servizi connessi alla ricarica elettrica) si contendono la medesima risorsa e cioè il rapporto con l'utente: per le *app* di navigazione rileva che gli utenti utilizzino l'*app* (anche) per le attività connesse alle colonnine di ricarica; per le *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica rileva che gli utenti comincino nell'*app* le proprie attività finalizzate alla ricarica. Il rapporto con l'utente è in tutta evidenza un *asset* per qualsivoglia tipologia di attività commerciale ma diventa centrale nel caso delle *app* per le quali ciò che conta è l'uso

³⁶⁷ È ben possibile che in un prossimo futuro vengano introdotte nuove funzioni afferenti alla ricarica dei veicoli elettrici, anche in ragione del progresso tecnologico relativo ai veicoli, alle infrastrutture di ricarica e alle modalità di ricarica.

³⁶⁸ Sull'offerta di servizi connessi alla ricarica elettrica tramite Google al paragrafo dedicato. Per quanto concerne Apple, si veda comunicato stampa "Apple reimagines the iPhone experience with iOS 14" del 22 giugno 2020 (doc. n. 194, verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell'8 febbraio 2021). Con riguardo a Sygic, si veda pagina web "Modalità Veicolo Elettrico" (contenuta nel doc. n. 194).

³⁶⁹ Si veda "Smart Mobility Report" del settembre 2019 di Energy & Strategy Group del Politecnico di Milano.

effettivo da parte degli utenti, come ben illustrato dalla stessa Google³⁷⁰; per le *app* di navigazione rilevano il numero degli utenti e il livello di attività svolto dagli utenti; per le *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica rilevano il numero degli utenti e il realizzarsi dell'evento ricarica.

305. Nel caso di intermediazione della *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica da parte della *app* di navigazione, la prima avrebbe un rapporto meno saldo con l'utente: basti considerare che i risultati di ricerca restituiti da una *app* di navigazione comprenderebbero anche le colonnine coperte da altri MSP cosicché la ricerca potrebbe portare l'utente ad effettuare la ricarica al di fuori del *network* coperto da una data *app*. Nel caso di sostituzione della *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica con la *app* di navigazione, la prima non instaurerebbe alcun rapporto con l'utente che resterebbe invece catturato all'interno dell'*app* di navigazione e ad essa trasferirebbe i propri dati anche nella fase di fruizione del servizio di ricarica .

306. Nel contesto digitale l'utente è soprattutto una fonte di dati e alla loro raccolta sono interessati tanto le *app* di navigazione che quelle di servizi connessi alla ricarica elettrica. Google e Enel X Italia hanno entrambe fornito un'indicazione dei dati che possono essere raccolti e dei possibili utilizzi degli stessi, rispettivamente per Google Maps e per JuicePass (già Enel X Recharge)³⁷¹. Ai dati è sicuramente interessata Google che rientra tra le imprese alle quali viene riferito il tema dei cd. *Big Data* sul quale si sono cimentate, anche in Italia, diverse autorità *antitrust* e altre autorità pubbliche³⁷². I dati sono, infatti, un *input* per diverse attività, potendo il loro utilizzo essere ricondotto a due finalità sostanziali: il miglioramento dei servizi offerti e la profilazione delle attività degli utenti.

307. Nel caso di specie, si possono individuare due grandi categorie di dati: quelli relativi alla ricerca di una colonnina di ricarica e quelli relativi all'uso delle medesime colonnine. I primi vengono generati attraverso la *app* con la quale si effettua la ricerca, vale a dire la *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica, come JuicePass, o la *app* di navigazione, come Google Maps. I secondi vengono generati attraverso la *app* con la quale si effettua la ricarica, vale a dire la *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica, in mancanza di funzionalità per la gestione della ricarica elettrica all'interno della *app* di navigazione. Tuttavia, una *app* di navigazione che integri una mappa precisa delle colonnine di ricarica potrebbe inferire i dati relativi alla ricarica elettrica attraverso la cronologia delle esatte posizioni dell'utente e la precisa mappatura delle infrastrutture di ricarica.

308. I dati relativi alla ricerca di colonnine di ricarica da parte degli utenti – quali la localizzazione dell'utente al momento della ricerca, l'orario della ricerca, la prossimità della colonnina scelta dal luogo di inizio della ricerca, le abitudini di ricerca, i percorsi seguiti quando si effettua una ricerca – sono una fonte preziosa per l'analisi della domanda di servizi di ricarica³⁷³. Pertanto, i dati in questione possono essere utilizzati dagli MSP per definire servizi e offerte per gli utenti e, inoltre,

³⁷⁰ Si veda doc. DC5 (integrazione della segnalazione di Enel X Italia del 3 aprile 2019), in particolare presentazione "*Enel X & Google. Ideas for Enel X Recharge*".

³⁷¹ Per quanto concerne Enel X Italia, si vedano doc. n. 44 (risposta di Enel X Italia del 22 ottobre 2019), doc. n. 49 (comunicazione di Enel X Italia del 30 ottobre 2019) e doc. n. 80 (risposta di Enel X Italia del 16 marzo 2020). Per quanto concerne Google, si vedano doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).doc. n. 130 (risposta di Google del 24 luglio 2020).

³⁷² Si veda, in particolare, "*Indagine Conoscitiva sui Big Data*", condotta dall'Autorità congiuntamente all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e al Garante per la protezione dei dati personali, pubblicata in data 10 febbraio 2020.

³⁷³ Si veda doc. n. 80 (risposta di Enel X Italia del 16 marzo 2020).

costituiscono una fonte di informazioni preziosa per definire la configurazione e l'articolazione territoriale della rete di colonnine di ricarica intermediata. Allo stesso modo, le informazioni in questione sono di particolare interesse per i CPO, e cioè per la parte che sviluppa e opera la rete (infrastrutturale) delle colonnine di ricarica.

309. Sia in caso di intermediazione delle *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica da parte delle *app* di navigazione sia - a maggior ragione in caso di sostituzione delle prime con le seconde, le *app* di navigazione si approprierebbero in via esclusiva dei dati sulle ricerche di colonnine di ricarica effettuate dagli utenti. In conseguenza di ciò, gli MSP e i CPO diverrebbero tributari delle *app* di navigazione per l'accesso ai dati che servono loro per definire aspetti fondamentali dell'attività, tra cui la definizione delle offerte commerciali nonché la specifica configurazione e l'articolazione territoriale della rete di colonnine di ricarica gestita e/o intermediata.

310. Il richiamo fatto da Google in merito alle valutazioni della Commissione Europea per la definizione di uno dei mercati rilevanti del caso AT.39740 – Google Search (Shopping)³⁷⁴ risulta inconferente in quanto nessuno dei mercati rilevanti del precedente richiamato interessa il caso in esame. Peraltro, i due casi in questione differiscono sostanzialmente per il fatto che il rapporto competitivo su cui incide la condotta oggetto di accertamento, nel precedente della Commissione, coinvolgeva servizi specialistici (servizi di acquisti comparativi) di Google e di altri soggetti mentre, nel caso in esame, coinvolge un servizio generalista di Google (Google Maps) e servizi specialistici di Enel X Italia (*app* JuicePass) e di altri sviluppatori³⁷⁵.

311. A ben vedere, la peculiarità del caso in esame consiste proprio nel fatto che il rapporto competitivo sul quale incide la condotta di Google riguarda un servizio generalista e servizi specialistici. Non si vedono ragioni per le quali siffatto rapporto competitivo debba sfuggire all'osservazione delle autorità *antitrust* laddove, come nel caso in esame, sia possibile definire con chiarezza i confini dello spazio competitivo di riferimento. A maggior ragione ciò è vero se si considera che una data classe di *app* generaliste può trovarsi in un rapporto di concorrenza con una pluralità di classi di *app* specialistiche cosicché i rapporti competitivi potenzialmente rilevanti ai fini della normativa a tutela della concorrenza potrebbero essere plurimi.

V.4 La posizione dominante di Google

La posizione dominante

312. Secondo una consolidata giurisprudenza, la capacità di ostacolare il dispiegarsi delle fisiologiche dinamiche di mercato e la sostanziale indipendenza delle condotte rispetto alle pressioni concorrenziali che provengono dai soggetti economici con i quali l'impresa si confronta, costituiscono gli elementi caratterizzanti di una posizione dominante. In particolare, la posizione dominante detenuta da un'impresa "*conferisc[e] a quest'ultima il potere di impedire la sussistenza di una concorrenza effettiva sul mercato in questione, fornendole la possibilità di comportamenti*

³⁷⁴ Si veda decisione della Commissione del 27 giugno 2017.

³⁷⁵ Incidentalmente, si rileva che, nel precedente della Commissione come nel caso in esame, il servizio generalista (in quel caso, servizio di ricerca generica; qui *app* di navigazione) e il servizio specialistico (in quel caso, servizio di acquisti comparativi; qui *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica) non appartengono al medesimo mercato rilevante.

*notevolmente indipendenti nei confronti dei propri concorrenti, dei clienti e, da ultimo, dei consumatori*³⁷⁶.

313. Google detiene, attraverso Android, una posizione dominante sul mercato della concessione di licenze per sistemi operativi per dispositivi mobili intelligenti e, attraverso Google Play, una posizione dominante sul mercato dei portali di vendita di applicazioni per Android (Android *app store*)³⁷⁷. Posto che, nella quasi totalità dei casi, i dispositivi mobili intelligenti utilizzano i sistemi operativi iOS o Android, i possessori di dispositivi mobili intelligenti con un sistema operativo diverso da iOS utilizzano Android e scaricano e gestiscono le *app* tramite Google Play. Inoltre, considerato che, in Italia, circa tre quarti degli *smartphone* e circa la metà dei *tablet* (significativamente meno diffusi dei primi) usano un sistema operativo Android³⁷⁸, uno sviluppatore che voglia garantire la più ampia diffusione alla propria *app* non può non puntare sull'ambiente di programmazione Android.

314. La posizione dominante di Google riguarda prodotti digitali - sistema operativo e *app store* - di tale rilevanza per la distribuzione di *app* e la diffusione di tali prodotti è così ampia da fare di Google un vero e proprio *gatekeeper* per gli sviluppatori di *app* che vogliono arrivare agli utenti finali. Tale valutazione è altresì sostenuta dal fatto che il sistema operativo e l'*app store* di Google sono utilizzati a livello mondiale, nonché dalla considerevole forza finanziaria di Google.

315. Con riferimento all'argomento di Google secondo il quale il concetto di *gatekeeping* sarebbe estraneo alla disciplina *antitrust* e farebbe riferimento alla proposta di regolamento relativo a mercati equi e contendibili nel settore digitale (cd. Digital Markets Act), si evidenzia che il richiamo al ruolo di *gatekeeper*, lungi dal riguardare norme la cui introduzione è tuttora oggetto di una specifica procedura di approvazione, si collega al *corpus* della letteratura sulla cd. economia digitale. Il concetto di *gatekeeping* è, infatti, tra i principali emersi dall'ampio e diffuso confronto che ha interessato attori istituzionali, accademici e professionali sulle sfide poste dall'affermazione e dalla pervasiva diffusione di servizi e applicazioni digitali³⁷⁹.

316. *Gatekeeper* è l'operatore che controlla un punto di accesso (*gateway*). Un operatore che detenga una posizione dominante relativa ad un punto di accesso (*gateway*) agli utenti finali è anche *gatekeeper*. Nel caso di specie, la posizione dominante di Google si colloca in punti di accesso (sistema operativo e negozio di *app*) di utenti professionali (gli sviluppatori di *app*) agli utenti finali e, pertanto, aggiungere che Google è *gatekeeper* significa sottolineare che la posizione dominante considerata mette Google nella condizione di decidere quali sviluppatori e quali *app* possono arrivare agli utenti finali e quali no.

³⁷⁶ Si veda sentenza della Corte di Giustizia del 17 febbraio 2011 sulla causa C-52/09 *TeliaSonera Sverige* (in particolare, punto 24), dove vengono altresì richiamate le sentenze del 13 febbraio 1979 sulla causa 85/76 *Hoffmann-La Roche/Commissione* e del 14 ottobre 2010 sulla causa C-280/08 P *Deutsche Telekom/Commissione*.

³⁷⁷ Si veda decisione della Commissione del 18 luglio 2017 sul caso AT.40099 – Google Android.

³⁷⁸ Si vedano le statistiche GlobalStats di StatCounter (doc. n. 194, verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell'8 febbraio 2021).

³⁷⁹ Le autorità preposte alla tutela della concorrenza e dei processi competitivi hanno analizzato le caratteristiche e le dinamiche della cd. economia digitale in diverse occasioni. Si vedano, ad esempio, il rapporto "*Competition Policy for the digital era*" per la Commissione Europea di Jacques Crémer, Yves-Alexandre de Montjoye e Heike Schweitzer (2019), il rapporto "*Unlocking digital competition*" del Digital Competition Expert Panel (2019), lo studio "*Online platforms and digital advertising*" della Competition Market Authority (2020).

317. La posizione dominante implica che Google è chiamata ad una “speciale responsabilità” nelle proprie condotte di mercato³⁸⁰. Nel caso di specie, il richiamo alla “speciale responsabilità” ha rilevanti implicazioni ai fini della salvaguardia dei processi competitivi in quanto la posizione dominante di Google si configura come *gatekeeping* rispetto agli utenti finali. Infatti, dalle condotte di Google dipendono non solo il confronto competitivo che coinvolge Google e i suoi concorrenti, ma anche lo stesso funzionamento del mercato e la sua evoluzione nonché l’introduzione di applicazioni innovative.

318. Secondo una consolidata giurisprudenza, la “speciale responsabilità” che incombe sull’impresa in posizione dominante implica l’irrelevanza dell’intenzionalità della condotta anticoncorrenziale della medesima impresa. In particolare, “*la giurisprudenza della stessa Corte di Giustizia ha affermato (sin dalla sentenza del 9.11.83, in C- 322/81) la “speciale responsabilità” che incombe sull’impresa dominante la quale è tenuta a non compromettere con il suo comportamento lo svolgimento di una concorrenza effettiva e non falsata, e, in questo quadro, si pone come irrilevante l’elemento psicologico del dolo o della colpa, potendosi realizzare la fattispecie dello sfruttamento abusivo della posizione dominante anche in mancanza dell’elemento volitivo (v. anche: 6.12.12, in C-457/10, 19.4.12, in C-549/10, 17.2.11, in C-52/09, 11.12.08, in C-52/07)*”³⁸¹.

L’importanza di Android Auto nell’ecosistema Android

319. Android Auto è parte dell’ecosistema Android e, nelle versioni più recenti (Android 10 e Android 11), parte integrante dello stesso sistema operativo Android³⁸². Come visto, Android Auto consente di utilizzare le *app*, sviluppate secondo i requisiti definiti da Google, attraverso l’unità di *infotainment* dell’auto e con un’esperienza utente semplificata e limitata, così da ridurre i rischi di distrazione e garantire la sicurezza nell’uso delle *app* da parte degli utenti alla guida di un autoveicolo. Di conseguenza, Android Auto determina un’esperienza utente specificamente costruita per l’utente che si trovi alla guida di un autoveicolo.

320. Le evidenze agli atti contraddicono l’argomento per cui Android Auto sarebbe un prodotto poco rilevante all’interno di Google. Android Auto è, infatti, il prodotto che estende la portata di Android all’ambiente auto. Inoltre, Google ha affermato che Android Auto serve a mantenere la competitività di Android con iOS, posto che Apple ha investito nell’ambiente auto sviluppando Apple CarPlay³⁸³. Google ha, peraltro, di recente lanciato un sistema operativo per gli apparati di *infotainment* delle auto, Android Automotive Operating System, che riprende alcune caratteristiche di Android Auto, come la messa a punto di *template* per lo sviluppo di *app* e la presenza di Google Maps come *app* nativa del sistema (non sviluppata tramite *template*)³⁸⁴. Android Auto e Android

³⁸⁰ Si veda, tra gli altri, Consiglio di Stato, 15 maggio 2015, n. 2479, A428 - Wind-Fastweb/Condotte Telecom Italia: “*La posizione dominante rappresenta una situazione di forza rispetto ai concorrenti tale per cui l’impresa che la detiene è in grado di poter (e qui sta il limite tra l’uso e l’abuso) ostacolare il persistere*” di condizioni di concorrenza: tale posizione genera pertanto “*speciali doveri concorrenziali, realisticamente legati al suo particolare potere di mercato e alla conseguente particolare sensibilità del mercato alle sue operazioni*”.

³⁸¹ Si veda Tar Lazio, I, 26 settembre 2019, n. 11330, A508 - SIAE/Servizi intermediazione diritti d’autore.

³⁸² Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

³⁸³ Si vedano doc. n. 23 (verbale dell’audizione di Google Italy del 16 luglio 2029) e doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

³⁸⁴ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

Automotive Operating System testimoniano dell'interesse e degli investimenti di Google per estendere l'operatività di Android all'ambiente auto.

321. Di conseguenza, la gratuità di Android Auto non può costituire un indice della sua asserita scarsa rilevanza. Peraltro, la mancanza di un corrispettivo monetario è una caratteristica diffusa nei servizi digitali che, inoltre, si accompagna, come nel caso di specie, con l'acquisizione di un flusso di dati generato dagli utenti³⁸⁵.

L'indipendenza di comportamento di Google rispetto agli sviluppatori di app per Android Auto

322. Affinché una *app* possa essere pubblicata su Android Auto, essa deve essere sviluppata con gli strumenti di programmazione (*template*, collaborazione per lo sviluppo di una *custom app*, Actions-on-Google) *ad hoc* definiti e messi a disposizione da Google. Google è la sola fonte di tali strumenti di programmazione³⁸⁶. Peraltro, nel caso di *app* sviluppate usando un *template*, Google si riserva di verificare la corrispondenza della *app* con tale *template* e di negare eventualmente la pubblicazione³⁸⁷.

323. Google si trova nella posizione di decidere le *app* che possono essere pubblicate su Android Auto attraverso (i) la definizione di *template* (nella sostanza, modelli predefiniti) che definiscono le funzionalità e le caratteristiche di intere categorie di *app*, (ii) le decisioni sulla tempistica di sviluppo e rilascio di nuovi *template* nonché (iii) la scelta degli sviluppatori con i quali instaurare collaborazioni *ad hoc* per lo sviluppo di *app* personalizzate (*custom app*). Inoltre, Google esercita il potere di escludere *app* che pur essendo sviluppate secondo un *template* definito da Google per una data categoria di *app* perseguono uno scopo che Google ritiene estraneo a quella stessa categoria: Google ha, infatti, negato la pubblicazione di alcune *app*, e tra queste la *app* JuicePass (già Enel X Recharge), che utilizzavano il *template* per *app* di messaggistica per finalità diverse (o ritenute diverse) dalla comunicazione³⁸⁸.

324. Google spiega la scelta di procedere allo sviluppo di Android Auto attraverso la definizione di modelli predefiniti di *app*, e cioè i *template*, richiamando la necessità di cautelarsi rispetto a qualunque responsabilità derivante dall'uso di *app* da parte degli utenti³⁸⁹. A prescindere da ogni altra questione afferente al riparto di responsabilità tra Google e altri soggetti per gli eventuali danni derivanti dall'uso di *app* su Android Auto, tale scelta comporta un completo depotenziamento del ruolo degli sviluppatori terzi in relazione alla definizione di ciò che si può fare e di ciò che non si può fare su Android Auto e fa di Google l'unico soggetto che decide dello sviluppo e della specifica configurazione dei *template*. Benché talvolta Google instauri collaborazioni con sviluppatori terzi ai fini dello sviluppo di *template*, la stessa Google evidenzia come la pubblicazione della *app* su

³⁸⁵ Si veda, in particolare, "Indagine Conoscitiva sui Big Data", condotta dall'Autorità congiuntamente all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e al Garante per la protezione dei dati personali, pubblicata in data 10 febbraio 2020.

³⁸⁶ Si vedano doc. n. 23 (audizione di Google Italy del 16 luglio 2019), doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019), doc. n. 56 (verbale dell'audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019) e doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

³⁸⁷ Questo è accaduto con la *app* di Enel X Italia e in altri casi in cui il *template* per *app* di messaggistica era stato utilizzato per altre tipologie di *app* (si veda doc. n. 122, risposta di Google del 17 luglio 2020).

³⁸⁸ Per quanto concerne la *app* di Enel X Italia, si veda il secondo diniego (doc. DC5 e, tra gli altri, ISP57). Per quanto riguarda il rifiuto di pubblicazione su Android Auto di altre *app*, si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

³⁸⁹ Si veda doc. n. 56 (verbale dell'audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019).

Android Auto non sia un risultato necessario di tali collaborazioni³⁹⁰ e afferma di non essere obbligata a instaurare collaborazioni con qualunque sviluppatore glielo chieda³⁹¹. In conclusione, Google decide in completa autonomia non solo per quali tipologie di *app* sviluppare *template* e con quale tempistica ma anche la specifica configurazione dei *template*.

325. Google rivendica altresì la propria completa autonomia nel decidere se e con quali operatori avviare collaborazioni finalizzate allo sviluppo di *app* personalizzate (*custom app*) difendendo la propria scelta di aver portato avanti siffatti accordi con le case automobilistiche e con un unico altro sviluppatore (per la *app* di navigazione coreana Kakao) e, per contro, di non aver considerato tale soluzione per la *app* sviluppata da Enel X Italia³⁹². Rimandando a paragrafi successivi la questione se, nel caso di specie, il completo accantonamento da parte di Google della soluzione *custom app* sia stato o meno giustificato, si evidenzia come Google abbia, nella sostanza, rivendicato il proprio ruolo di *dominus* anche con riguardo alle *app* personalizzate.

326. In conclusione, le possibilità e le condizioni di pubblicazione di una *app* su Android Auto dipendono dalle scelte di Google e gli sviluppatori non possono che attenersi a queste scelte. In tal senso, Google si trova nel ruolo di *gatekeeper* con riguardo ad Android Auto, vale a dire la specifica funzionalità di Android che consente l'interoperabilità tra i dispositivi mobili intelligenti (con sistema operativo Android) e i sistemi di *infotainment* delle auto, sulla quale le case automobilistiche e gli sviluppatori di *app* hanno puntato per rispondere alle esigenze degli acquirenti/utenti finali. Infatti, come evidenziato, lo sviluppatore di una *app* destinata ad essere utilizzata dagli utenti alla guida di un'auto, non può prescindere da Android e Google Play per raggiungere gli utenti che non usano un dispositivo mobile intelligente con sistema operativo iOS e, in ogni caso, la più vasta platea di utenti. Parimenti, lo sviluppatore in ipotesi non può prescindere da Android Auto per assicurare un uso facile e sicuro della *app* quando l'utente è alla guida, nel rispetto dei requisiti di sicurezza e riduzione della distrazione richiesti dalle normative di settore e fatti propri da Google³⁹³.

327. Per il fatto di essere il *dominus* delle soluzioni informatiche che consentono lo sviluppo di *app* compatibili con Android Auto, Google avrebbe dovuto garantire l'interoperabilità (in senso lato) di tale piattaforma, e cioè, nel caso di specie, la possibilità per Enel X Italia di creare una *app* compatibile, nel rispetto di un principio di *level playing field*, vale a dire di non discriminazione. Inoltre, l'interoperabilità, che rappresenta uno strumento volto a consentire la presenza di una pluralità di soggetti dal lato dell'offerta, appare tanto più rilevante quando un prodotto raggiunge una diffusione tale da rappresentare uno *standard* di mercato: in tal caso, infatti, dall'interoperabilità dipende l'emergere e il persistere di una concorrenza effettiva sul mercato, vale a dire, nel caso di specie, la possibilità per gli utenti di dispositivi con sistema operativo Android di poter

³⁹⁰ Si veda doc. n. 170 (risposta di Google Italy a Enel X Italia del 20 novembre 2020).

³⁹¹ Si veda doc. n. 56 (verbale dell'audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019).

³⁹² Si vedano doc. n. 56 (verbale dell'audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019) e doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020). Si veda altresì memoria finale di Google del 24 marzo 2021.

³⁹³ Si vedano doc. n. n. 23 (verbale dell'audizione di Google Italy del 16 luglio 2019) e doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019). Tra i soggetti estensori della normativa in materia di sicurezza alla guida, vengono citati l'Osservatorio europeo per la sicurezza stradale (European Road Safety Observatory), la US National Highway Traffic Safety Administration (NHTSA), l'Alliance of Automobile Manufacturers e la Japan Automobile Manufacturers Association (JAMA).

effettivamente scegliere se usare o meno la *app* di Enel X Italia quando si trovano alla guida di autoveicolo.

V.5 Il confronto tra Google Maps e la app di Enel X Italia nello spazio competitivo dei servizi connessi alla ricarica elettrica forniti tramite app

Il rafforzamento dei servizi di Google Maps in relazione alle colonnine di ricarica

328. Come noto, Google Maps è una *app* di navigazione molto diffusa che consente la ricerca di diversi punti di interesse (ad esempio, esercizi commerciali e luoghi di utilità). A partire dal 2018, ai punti di interesse coperti si sono aggiunte le colonnine per la ricarica elettrica e, successivamente, la ricerca di tali infrastrutture è stata abilitata anche su Android Auto, su cui Google Maps era già presente.

329. In particolare, le evidenze agli atti danno conto di come Google abbia introdotto e rafforzato l'offerta di informazioni sulle colonnine di ricarica in Google Maps:

- nel mese di ottobre 2018 Google Maps ha cominciato a mostrare, nella versione per *smartphone* e *tablet*, la localizzazione delle colonnine di ricarica e alcune informazioni sulle medesime colonnine³⁹⁴;

- nel corso del 2019 le suddette informazioni sono state rese disponibili anche nella versione di Google Maps per Android Auto³⁹⁵;

- nel mese di aprile 2019 Google ha aggiunto alle informazioni sulle colonnine di ricarica, visibili anche nella versione per Android Auto, l'indicazione della disponibilità in tempo reale delle colonnine di ricarica, per il Regno Unito e gli Stati Uniti³⁹⁶.

330. Per quanto concerne la copertura, a partire dal 2018, Google ha concluso accordi con cinque operatori per l'acquisizione di *set* di dati sulle colonnine di ricarica. Nel 2018 Google ha concluso accordi con [Omissis] e [Omissis] che le consentivano una copertura del [10-20%] della rete di punti di ricarica presenti in Italia³⁹⁷. Alla fine del 2019 Google Maps aveva una copertura delle colonnine di ricarica presenti sul territorio italiano del [60-70%]³⁹⁸ del tutto paragonabile a quella della *app* JuicePass (già Enel X Recharge) che, a fine febbraio 2020, era del [60-70%]. Inoltre, nel corso del 2020 Google ha concluso un ulteriore accordo, con [Omissis], che ha certamente aumentato la copertura in termini assoluti dei punti di ricarica presenti in Italia³⁹⁹.

331. Lo specifico contenuto del formato GELFS, messo a punto per la gestione di flussi di dati sulle colonnine di ricarica, dà conto delle informazioni che Google mette a disposizione degli utenti

³⁹⁴ Si veda doc. DC4 (integrazione alla segnalazione di Enel X Italia del 25 marzo 2019) e *post* "Get charged up with Google Maps" richiamato tramite *link* nei documenti ispettivi ISP81 e ISP122 (si veda altresì doc. n. 194, verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell'8 febbraio 2021).

³⁹⁵ Si vedano documenti ispettivi ISP10 e ISP47.

³⁹⁶ Si vedano doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019) e *post* "Finding a place to charge your EV is easy with Google Maps" (doc. n. 194, verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell'8 febbraio 2021).

³⁹⁷ Si veda doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

³⁹⁸ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

³⁹⁹ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

o intende mettere a disposizione degli utenti (a seconda delle informazioni che Google riesce ad acquisire da soggetti terzi)⁴⁰⁰. Dette informazioni riguardano:

- localizzazione e caratteristiche tecniche e operative, quali numero e tipologia di prese e orari di apertura; questa tipologia di informazioni risulta necessaria all'utente per scegliere la colonnina presso la quale effettuare la ricarica;

- la disponibilità in tempo reale delle prese; questa tipologia di informazioni risponde alla medesima funzione d'uso della prenotazione consentita dalla *app* JuicePass (già Enel X Recharge) e altre *app* in quanto è intesa ad evitare che l'utente, giunto alla colonnina scelta, la trovi indisponibile o in uso ad altro utente;

- informazioni di dettaglio sui metodi di pagamento consentiti in ciascuna colonnina di ricarica.

332. Google ha perseguito e persegue l'obiettivo di concludere accordi con *Mobility Service Provider* per alimentare il flusso di dati sulle colonnine di ricarica, secondo il formato GELFS⁴⁰¹. A tal fine, già nel mese di ottobre 2018, erano intercorsi contatti con Enel X Italia; la negoziazione si è poi intersecata con quella sulla (mancata) pubblicazione della *app* JuicePass (già Enel X Recharge) su Android Auto⁴⁰².

333. L'interesse di Google per il flusso di dati che Enel X Italia potrebbe apportare su Google Maps è chiaramente evidenziato dal fatto che, in ogni fase dell'escalation della questione della pubblicazione della *app* JuicePass (già Enel X Recharge) su Android Auto, Google ha prospettato ad Enel X Italia l'integrazione in Google Maps delle informazioni sulle colonnine di ricarica (secondo il formato GELFS), come soluzione alternativa alla pubblicazione su Android Auto. E ciò malgrado fosse noto a Google che l'interesse di Enel X Italia era quello di avere un rapporto non mediato con gli utenti. In effetti, la stessa Google ha confermato che dall'integrazione in Google Maps delle informazioni sulle colonnine di ricarica coperte dalla *app* JuicePass essa avrebbe tratto dati esatti sulle medesime colonnine⁴⁰³.

334. In conclusione, quanto meno a partire dal 2018, Google ha rafforzato la propria offerta di servizi relativi alla ricarica elettrica tramite Google Maps, sia ampliando il *set* informativo disponibile, sia dotandosi degli strumenti (il formato GELFS) per continuare ad ampliare tale *set* informativo e alimentare il flusso di dati sulle colonnine di ricarica. In conseguenza di ciò, Google si trova nella condizione di poter offrire un'efficace funzione di ricerca delle colonnine, corredata delle informazioni rilevanti per la ricarica, così potendo intermediare l'operatività delle *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica, come JuicePass.

335. Per quanto concerne le prospettive future di sviluppo, Google Maps potrebbe arricchirsi di ulteriori funzionalità relative alle colonnine di ricarica. L'ampliamento delle funzioni offerte tramite Google Maps sarebbe non solo consequenziale all'aggiunta delle colonnine di ricarica ai punti di interesse coperti ma anche coerente con la tendenza osservabile nello sviluppo dell'ecosistema

⁴⁰⁰ Si vedano doc. DC5 (integrazione della segnalazione di Enel X Italia del 3 aprile 2019) e documenti ispettivi ISP62 e ISP86.

⁴⁰¹ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020). Si veda altresì doc. ISP91.

⁴⁰² Si vedano documenti ispettivi ISP10, ISP25, ISP35, ISP47, ISP92 e ISP103. Si vedano altresì doc. DC5 (integrazione della segnalazione di Enel X Italia del 3 aprile 2019) e doc. n. 43 (verbale dell'audizione di Enel X Italia del 10 ottobre 2019).

⁴⁰³ Si veda doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019).

Android e, più in generale, nell'agire sul mercato di Google, di "inglobare" prodotti e servizi degli utenti man mano che questi si presentano sul mercato.

336. In particolare, Google ha affermato che in futuro potrebbe consentire agli utenti di Google Maps di accedere alle *app* e/o ai siti *web* degli MSP così da migliorare l'esperienza utente su Google Maps⁴⁰⁴. In tal caso, Google Maps rafforzerebbe il proprio ruolo di intermediario tra gli utenti e le *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica e, per altri versi, ampliirebbe (seppure in forma mediata) la propria offerta di servizi relativi alla ricarica elettrica.

337. Nella propria memoria finale, Google ha evidenziato che l'introduzione di nuove funzionalità nella versione *mobile* di Google Maps non comporta automaticamente la disponibilità di tali funzioni in Android Auto essendo a tal fine necessario che Google ne verifichi la compatibilità con i rigorosi *standard* di sicurezza fatti propri. Ciò posto, gli strumenti di programmazione per Android Auto, che rispondono alle richiamate esigenze di sicurezza, sono nella piena disponibilità di Google; peraltro, Google Maps è stata sviluppata con strumenti cd. "*full screen*" ovvero senza le limitazioni del *template*. Inoltre, Google è perfettamente in grado di svolgere i *test* di sicurezza e riduzione della distrazione. Pertanto, a differenza di un qualsiasi sviluppatore terzo, Google non deve superare alcun ostacolo negoziale per introdurre nuove funzioni in Android Auto.

338. Inoltre, benché Google abbia affermato di non avere in programma di offrire funzioni di prenotazione⁴⁰⁵, le evidenze agli atti danno conto del fatto che all'interno di Google si ritiene che si arriverà ad implementare funzioni di prenotazione tramite Google Maps. Ciò risulta, in particolare, dalla semplice lettura di un documento interno a Google di preparazione della risposta alla richiesta dell'amministratore delegato di Enel X Italia: una volta chiarito che la funzione di prenotazione non era consentita da Actions-on-Google, viene chiesto si fosse possibile integrarla in Google Maps ("*it could be in roadmap for maps?*") e la valutazione espressa da un referente delle relazioni commerciali per il settore *automotive* è che si arriverà certamente a questo risultato ("*I'm sure that Google Maps will at some point build such a feature*")⁴⁰⁶.

339. Analogamente, benché Google abbia affermato di non avere in programma di offrire funzioni di pagamento tramite Google Maps⁴⁰⁷, nella comunità di sviluppatori per Android è stato rilevato che le versioni più recenti di Google Maps contengono istruzioni idonee a consentire funzioni di pagamento tramite questa *app*⁴⁰⁸. Inoltre, il formato GELFS (per l'acquisizione di flussi di dati relativi alle colonnine di ricarica) tratta in maniera molto dettagliata i metodi di pagamento⁴⁰⁹.

340. La possibilità che Google introduca funzioni di prenotazione e pagamento in Google Maps è suggerita dal fatto che, nel corso del procedimento (luglio 2020), Google ha spiegato che "*il template di navigazione di Google consentirà in futuro agli sviluppatori di app di permettere la prenotazione*

⁴⁰⁴ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

⁴⁰⁵ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

⁴⁰⁶ Si veda, in particolare, doc. ISP36. Si veda anche doc. ISP100. Il referente delle relazioni commerciali con il settore *automotive* è [GN, EMEA Partnerships, Head of Automotive] ed è la stessa persona che dopo un confronto con i referenti per lo sviluppo tecnologico dei prodotti ("*Coming out of a call with gTech (the folks that technically know what works and doesn't work for Assistant)*") afferma che la funzione di prenotazione non è disponibile su Actions-on-Google. █

⁴⁰⁷ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

⁴⁰⁸ Si vedano documenti n. 73 (istanza di adozione di misure cautelari di Enel X Italia) e 80 (risposta di Enel X Italia del 16 marzo 2016).

⁴⁰⁹ Si veda doc. n. 80 (risposta di Enel X Italia del 16 marzo 2020).

e il pagamento delle sessioni di ricarica di veicoli elettrici tramite le proprie app all'interno di *Android Auto*⁴¹⁰. È, infatti, ragionevole ritenere che se Google si prepara a consentire agli sviluppatori terzi di integrare funzioni di prenotazione e pagamento nelle relative app (attraverso il nuovo *template* per app di navigazione), la stessa Google sarà pronta ad integrare queste funzioni nella app di navigazione proprietaria Google Maps, la cui versione per *Android Auto* è stata peraltro sviluppata senza le limitazioni del *template* (ovvero “*full screen*”).

341. Nel complesso, pertanto, le evidenze agli atti consentono di prevedere che, in futuro, Google possa integrare in Google Maps (su *Android Auto*) funzioni di prenotazione e pagamento. In tale ipotesi, Google si troverebbe nella condizione di poter offrire agli utenti di Google Maps la possibilità di gestire per intero l'esperienza di ricarica dell'auto elettrica così di fatto divenendo un sostituto delle app di servizi connessi alla ricarica elettrica.

La app JuicePass (già Enel X Recharge)

342. La app sviluppata da Enel X Italia è intesa a costruire un'esperienza utente completa con riguardo alla ricarica elettrica. Essa parte dalla ricerca della localizzazione e delle informazioni rilevanti per la scelta della colonnina e si snoda, quindi, attraverso la prenotazione, la navigazione, la gestione della ricarica e il suo pagamento⁴¹¹.

343. La app JuicePass ha un'elevata copertura della rete di punti di ricarica presenti sul territorio nazionale ([60-70%] a fine febbraio 2020) e, inoltre, fa parte di un gruppo fortemente impegnato anche nella costruzione e gestione delle infrastrutture di ricarica, attraverso il *Charging Point Operator* (CPO) Enel X Mobility⁴¹². Pertanto, Enel X Italia è un operatore di assoluto rilievo nell'ambito dei servizi connessi alla ricarica elettrica.

344. Inoltre, la app JuicePass (già Enel X Recharge) presenta rilevanti caratteri distintivi rispetto a Google Maps. In primo luogo, la app JuicePass risponde ad una specifica esigenza, quella di agevolare e consentire la ricarica elettrica, mentre Google Maps risponde ad un approccio generalista, per cui tramite la stessa app è possibile effettuare ricerche e accedere alle informazioni su una pluralità di categorie, tra cui le colonnine di ricarica. Inoltre, la app JuicePass offre all'utente una serie di funzioni – tra cui in particolare, la prenotazione delle colonnine di ricarica – che non sono, invece, presenti su Google Maps. La capacità della app JuicePass di distinguersi da Google Maps implica che la stessa app può risultare riconoscibile agli utenti.

345. Per il fatto di supportare l'intera esperienza di ricarica dell'auto elettrica e, in particolare, di fornire servizi ulteriori e diversi rispetto a quelli di ricerca e navigazione (prenotazione, gestione e pagamento della sessione di ricarica), la app sviluppata da Enel X Italia in parte si sovrappone a Google e in parte risulta nuova e diversa rispetto a Google Maps. La presenza di JuicePass su *Android Auto* consentirebbe agli utenti di scegliere tra due esperienze di ricarica diverse e, pertanto, costituirebbe un ampliamento e un arricchimento dell'offerta.

346. Per altri versi, è ragionevole ipotizzare, sulla base delle evidenze agli atti, che Google possa in futuro ampliare i servizi relativi alla ricarica elettrica introducendo funzioni di prenotazione e pagamento e/o inserendo in Google Maps *link* ad app e siti che gestiscono le diverse fasi della

⁴¹⁰ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

⁴¹¹ Si vedano doc. DC1 (segnalazione di Enel X Italia) e doc. n. 43 (verbale dell'audizione di Enel X Italia del 10 ottobre 2019).

⁴¹² Si veda doc. n. 80 (risposta di Enel X Italia del 16 marzo 2020).

ricarica elettrica. In tal senso, l'area di sovrapposizione tra la *app* di Enel X Italia e Google Maps sembra destinata ad ampliarsi.

V.6 Il rifiuto della pubblicazione su Android Auto

Una visione d'insieme della condotta di Google

347. La condotta di Google oggetto di approfondimento concerne il rifiuto di pubblicare su Android Auto la *app* JuicePass (già Enel X Recharge). Tale rifiuto comporta che, quando Android Auto è attivato sul dispositivo mobile, per poter utilizzare la *app* JuicePass, l'utente deve uscire da Android Auto, con ciò che ne consegue in termini di distrazione e sicurezza alla guida oltre che di effettiva fruibilità della *app* JuicePass.

348. Il diniego emerge, in prima battuta, come rifiuto espresso alla richiesta - reiterata - di Enel X Italia di ottenere la pubblicazione della *app* JuicePass (già Enel X Recharge) su Android Auto. Nel quadro delle scelte aziendali di Google circa la pubblicazione di *app* su Android Auto, il diniego si configura come mancata attuazione delle soluzioni adeguate a consentire lo sviluppo di una versione della *app* pubblicabile su Android Auto (*template* o *custom app*) o utilizzabile su Android Auto in maniera sicura tramite comandi vocali (Actions-on-Google). Sotto il profilo negoziale, il diniego emerge come attitudine ostruzionistica di Google ad aggirare la richiesta principale di Enel X Italia (pubblicazione di una *app* su Android Auto) nonché alcune ulteriori richieste di chiarimenti e/o di impegni avanzati dalla stessa Enel X Italia in relazione a una soluzione che, pur se ritenuta insoddisfacente, avrebbe potuto aumentare la fruibilità della *app* JuicePass (già Enel X Recharge) in attesa della pubblicazione su Android Auto.

349. Nel caso di specie, il rifiuto di Google si configura come una condotta omissiva rispetto alla "speciale responsabilità" di garantire l'interoperabilità di Android Auto relativamente al versante degli sviluppatori di *app*, con specifico riferimento alla possibilità per Enel X Italia di sviluppare una versione della propria *app* JuicePass compatibile⁴¹³. Tale condotta appare riconducibile ad una finalità escludente per cui è stata ostacolata e procrastinata la disponibilità della *app* di Enel X Italia per gli utenti di Android Auto. Considerate la parziale sovrapposibilità tra Google Maps e JuicePass nonché la riconoscibilità e la novità di JuicePass rispetto a Google Maps (nello spazio competitivo dei servizi connessi alla ricarica elettrica forniti tramite *app*), e tenuto conto del fatto che Google Maps è su Android Auto mentre JuicePass ne è tuttora esclusa, il rifiuto di Google va collocato nel quadro di un rifiuto a consentire l'interoperabilità (rifiuto a contrarre) che ha comportato una violazione del principio di *level playing field* consistente in un ingiusto vantaggio della *app* proprietaria di Google a discapito della *app* del concorrente Enel X Italia (discriminazione).

350. La condotta, sopra schematicamente descritta, è pienamente riferibile a Google. Infatti, fin dalle prime battute, il confronto sulla questione posta da Enel X Italia ha coinvolto diverse funzioni aziendali, ivi comprese quelle dedicate a Google Play e ad Android e Android Auto, e, a livello societario, Google Italy, Google LLC e altre società da questa controllate (si veda Allegato 1).

I rifiuti espressi

351. Enel X Italia chiede la pubblicazione su Android Auto della propria *app* JuicePass (già Enel X Recharge) quantomeno a partire dal mese di settembre 2018. Tale istanza è stata successivamente reiterata, come dimostra il fatto che i rifiuti espressi sono stati ben quattro. Inoltre, le evidenze agli

⁴¹³ Si veda decisione della Commissione Europea del 24 maggio 2004 sul caso COMP/C-3/37.792 – Microsoft.

atti danno conto del fatto che Enel X Italia ha esercitato ripetute e crescenti pressioni per convincere Google ad affrontare in maniera fattiva la richiesta di pubblicazione della *app* JuicePass (già Enel X Recharge) su Android Auto⁴¹⁴.

352. Google ha comunicato l'impossibilità di pubblicare l'app Enel X Recharge (ora JuicePass) in Android Auto in quattro occasioni: con *e-mail* del 20 e 21 settembre 2018, 8 novembre 2018 e 18 gennaio 2019⁴¹⁵. Il quarto rifiuto è frutto della richiesta da parte dell'amministratore delegato di Enel X Italia di ottenere una risposta definitiva e scritta in relazione alla pubblicazione su Android Auto di una versione della propria *app* che consentisse la prenotazione e l'avvio della ricarica oltre alla ricerca alla navigazione, e dunque un *set* ridotto di funzionalità rispetto a quelle consentite sulla versione *mobile*. Quando Google rifiutava la pubblicazione della *app* sviluppata da Enel X Italia su Android Auto, Google Maps e Waze erano invece già disponibili sulla medesima piattaforma per l'ambiente auto.

353. Nei richiamati rifiuti espressi Google non ha fatto alcuna apertura circa la possibilità che si potesse arrivare in un momento successivo alla pubblicazione su Android Auto della *app* di Enel X Italia lasciando quest'ultima nella completezza incertezza sul se si sarebbe mai arrivati alla pubblicazione oltre che sul quando. Nel quarto rifiuto (risposta all'amministratore delegato di Enel X Italia del 18 gennaio 2019) Google arriva ad affermare che, anche laddove si arrivasse a sviluppare un nuovo *template* per *app* di navigazione di terzi, questo non potrebbe essere utilizzato per la *app* di Enel X Italia in quanto questa sarebbe una *app* di prenotazione e pagamento⁴¹⁶; questa ultima posizione è stata peraltro contraddetta dal fatto che, nel corso del procedimento, Google ha affermato che la pubblicazione della *app* di Enel X Italia su Android Auto potrebbe avvenire proprio grazie allo sviluppo di un *template* per *app* di navigazione che integra anche funzioni di prenotazione e pagamento⁴¹⁷.

La mancata attivazione degli strumenti di programmazione per Android Auto

354. La politica di pubblicazione su Android Auto, definita dalla stessa Google, individua cinque categorie di *app* pubblicabili: *(i)* *app* di *media* e *(ii)* *app* di messaggistica, per le quali sono stati definiti due *template*; *(iii)* *app* di navigazione proprietarie di Google, e cioè Google Maps e Waze, alle quali si aggiunge la *app* Kakao (per la Corea del Sud), sviluppata come *custom app*; *(iv)* *app* sviluppate dalle case automobilistiche, che l'istruttoria ha dimostrato essere riconducibili alla categoria *custom app*; *(v)* *app* basate su Actions-on-Google⁴¹⁸.

Ne consegue che, per rispondere alla richiesta di Enel X Italia, Google avrebbe potuto, nel rispetto della propria stessa politica aziendale di pubblicazione: *(a)* creare un *template* che consentisse le funzioni di ricerca, navigazione, prenotazione delle colonnine di ricarica e avvio della sessione di ricarica (secondo quanto indicato dall'amministratore delegato di Enel X Italia nella richiesta del 21 dicembre 2018 di una risposta scritta e definitiva) ovvero *(b)* collaborare con Enel X Italia per

⁴¹⁴ Si vedano, DC5 (integrazione della segnalazione di Enel X Italia del 3 aprile 2019) e, tra gli altri, documenti ispettivi ISP57 e ISP77.

⁴¹⁵ Si vedano doc. DC5 (integrazione della segnalazione di Enel X Italia del 3 aprile 2019) e, tra gli altri, doc. ISP57 e doc. ISP77.

⁴¹⁶ Si vedano doc. DC5 (integrazione della segnalazione di Enel X Italia del 3 aprile 2019) e ISP77.

⁴¹⁷ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

⁴¹⁸ Si vedano documenti ispettivi ISP10, ISP19, ISP31, ISP48, ISP57, ISP76 e ISP118.

sviluppare una *custom app* ovvero (c) implementare sulla piattaforma Actions-on-Google le azioni necessarie per consentire le funzioni di ricerca, navigazione, prenotazione delle colonnine di ricarica e avvio della sessione di ricarica, attraverso la *app JuicePass* (già Enel X Recharge). Questi strumenti di programmazione rispondono pienamente ai requisiti di sicurezza fatti propri da Google: “[l]’obiettivo del template è quello di governare e semplificare la complessità e la diversità delle app, per renderle adeguate all’uso durante la guida”⁴¹⁹; per lo sviluppo di una *custom app* bisogna procedere ai test di sicurezza⁴²⁰; le soluzioni basate su Actions-on-Google sono considerate sicure in quanto basate su comandi vocali che riducono la distrazione alla guida⁴²¹.

355. Le evidenze agli atti danno conto del fatto che, per implementare una delle soluzioni indicate, Google avrebbe dovuto rendere la soluzione in questione prioritaria nell’ambito dei propri piani⁴²². Ciò sarebbe stato fattibile in quanto la politica aziendale di pubblicazione su Android Auto è nella piena disponibilità della stessa Google e, come ricordato, risponde alle esigenze di sicurezza alla guida e riduzione della distrazione. Inoltre, Google aveva un chiaro interesse a venire incontro alle richieste di Enel X Italia: infatti, il Gruppo Enel costituiva un rilevante obiettivo commerciale per la fornitura di servizi di *cloud computing*⁴²³. Non da ultimo, Enel X Italia aveva minacciato di sollevare una questione *antitrust* con riguardo al fatto che Google favoriva le proprie *app*, e in particolare Google Maps e Waze, a discapito delle *app* di terzi⁴²⁴. Pertanto, Google non solo si trovava nella posizione di poter implementare una delle soluzioni prospettate ma aveva anche un chiaro interesse a farlo.

356. Come noto, Google non ha, invece, realizzato nessuna delle soluzioni applicabili. Infatti, Google, pur avendo individuato nello sviluppo di un *template* la soluzione preferita per ampliare la categoria di *app* pubblicabili su Android Auto, non ha ancora rilasciato tale *template*. Inoltre, Google non ha mai fatto cenno ad Enel X Italia della possibilità di stabilire una collaborazione al fine di sviluppare la *app JuicePass* (già Enel X Recharge) per Android Auto come *app* personalizzata (*custom app*). Infine, Google, che pure ha proposto a Enel X Italia una soluzione basata su Actions-on-Google, non ha mai preso in considerazione di ampliare e potenziare le azioni disponibili su tale piattaforma così da consentire un uso delle funzioni caratterizzanti della *app* di Enel X Italia su Android Auto.

357. Nel corso del procedimento Google ha affermato che sta definendo un *template* per *app* di navigazione che integra anche funzioni di prenotazioni e pagamento⁴²⁵. Inoltre, nel mese di agosto 2020, Google ha annunciato pubblicamente l’apertura di Android Auto alle *app* di navigazione di terzi, alle *app* per la ricarica elettrica e alle *app* per i parcheggi⁴²⁶. Nel mese di ottobre 2020 Google ha rilasciato una versione *beta* del *template* che dovrebbe consentire tale apertura di Android

⁴¹⁹ Si veda doc. n. 56 (verbale dell’audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019).

⁴²⁰ Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020) e memoria finale di Google del 24 marzo 2021.

⁴²¹ Si vedano documenti ISP10 e ISP31.

⁴²² Si vedano documenti ispettivi ISP10, ISP47 e ISP57.

⁴²³ Si vedano documenti ispettivi ISP5, ISP10, ISP16 e ISP60.

⁴²⁴ Si vedano documenti ispettivi ISP57, ISP58 e ISP67.

⁴²⁵ Si veda, in particolare, doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

⁴²⁶ Si veda *post* “New ways to reach more drivers on Android for cars” (doc. n. 194, verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell’8 febbraio 2021).

Auto⁴²⁷; la versione definitiva del *template* non è ancora stata rilasciata né Google ha dato alcuna indicazione circa la data in cui ciò potrà avvenire. Resta, inoltre, aperta la questione se il nuovo *template* che Google sta definendo possa effettivamente consentire lo sviluppo di una versione della *app* JuicePass compatibile con Android Auto e comprensiva delle funzioni di prenotazione e di avvio della ricarica (secondo la richiesta dell'amministratore delegato di Enel X Italia del 21 dicembre 2018⁴²⁸).

358. Nel mese di settembre 2020, Google ha altresì contattato Enel X Italia prospettando la possibilità di anticipare i tempi di sviluppo e pubblicazione della *app* JuicePass (già Enel X Recharge), sulla base della versione *beta* del *template*, e richiedendo a tal fine la sottoscrizione di un accordo di riservatezza⁴²⁹. Enel X Italia non ha aderito a tale proposta. La pubblicazione dell'eventuale versione *beta* della *app* JuicePass sarebbe avvenuta in maniera incompleta e in una sezione dedicata di Google Play alla quale non accede la generalità degli utenti bensì un ristretto numero di utenti disposti ad utilizzare una *app* ancora in fase di *test*⁴³⁰. Pertanto, la proposta di Google non avrebbe consentito una pubblicazione "piena" su Android Auto della *app* di Enel X Italia cosicché la proposta che Google ha, da ultimo, avanzato a Enel X Italia non costituisce una soluzione effettiva alla questione posta.

359. Come spiegato dalla stessa Google nella propria memoria finale, la versione *beta* di un qualsiasi *software* (e dunque anche di un *template*) è per definizione non definitiva e da sottoporre a *test* per scoprire eventuali blocchi o malfunzionamenti dai quali potrebbero anche derivare danni agli utenti. Inoltre, una *app* in versione *beta* non è immediatamente disponibile in Android Auto tanto che Google spiega che lo sviluppatore può inviare *e-mail* ai relativi utenti per informarli della disponibilità di una versione *beta* per Android Auto e fornire indicazioni su come scaricarla e utilizzarla. Pertanto, trova conferma la valutazione di Enel X Italia secondo la quale una *app* per Android Auto in versione *beta* deve essere usata in parallelo alla versione *mobile* ed è destinata ad un gruppo limitato di utenti (disposti a partecipare a tale forma di *test*).

360. La condotta di Google con riguardo al rilascio della versione *beta* del nuovo *template* per Android Auto appare, peraltro, sostanzialmente diversa da quella di Apple in relazione al rilascio della versione *beta* del nuovo sistema operativo iOS con il quale Apple CarPlay è stato aperto a ulteriori tipologie di *app*. Infatti, Apple ha fin da subito indicato che sarebbe stato possibile pubblicare le versioni definitive delle *app* a partire dal rilascio della versione definitiva del nuovo sistema operativo e che ciò sarebbe avvenuto entro un certo termine (autunno 2020, scadenza peraltro anticipata)⁴³¹. Google, al contrario, non ha fornito alcuna indicazione su quando verrà rilasciata la versione definitiva del nuovo *template* che dovrebbe consentire la pubblicazione della *app* di Enel X Italia su Android Auto.

⁴²⁷ Si veda *post* "Introducing the Android for Cars App Library" (doc. n. 194, verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell'8 febbraio 2021).

⁴²⁸ si vedano doc. DC5 e doc. ISP77.

⁴²⁹ Si vedano doc. n. 166 (comunicazione di Enel X Italia a Google Italy del 14 ottobre 2020) e doc. n. 170 (risposta di Google Italy a Enel X Italia del 20 novembre 2020).

⁴³⁰ Si veda doc. n. 173 (nota di aggiornamento di Enel X Italia del 18 dicembre 2020).

⁴³¹ Si veda doc. n. 173 (nota di aggiornamento di Enel X Italia del 18 dicembre 2020) e comunicato stampa "Apple reimagines the iPhone experience with iOS 14" (doc. n. 194, verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell'8 febbraio 2021).

361. Google ha speso argomenti per giustificare la propria scelta di non proporre a Enel X Italia una collaborazione per la definizione di un *template* per Android Auto⁴³². Questa scelta appare, tuttavia, irrilevante ai fini del caso in esame in quanto la richiesta di Enel X Italia a Google riguarda la pubblicazione della *app* JuicePass su Android Auto con tutte le funzioni ritenute essenziali da Enel X Italia; tale pubblicazione avrebbe, invece, costituito un esito del tutto eventuale di una collaborazione finalizzata allo sviluppo di un *template*. In ogni caso, con riguardo all'argomento di Google secondo il quale la *app* JuicePass risulta essere meno utilizzata rispetto alle *app* concorrenti Charge Point e PlugShare (che sono, peraltro, utilizzate in diversi Paesi), si rileva che Enel X Italia rappresenta certamente un riferimento per l'Italia, dove si trovano la larga maggioranza delle infrastrutture di ricarica coperte dalla stessa JuicePass; quanto all'asserita attitudine non collaborativa di Enel X Italia, si osserva che questa ha ripetutamente rappresentato la propria esigenza di pubblicare la *app* JuicePass su Android Auto senza ottenere da Google una risposta soddisfacente.

L'attitudine ostruzionistica

362. Successivamente al quarto rifiuto, in occasione di una *call* alla quale prende parte una figura apicale della funzione aziendale EMEA Partnerships di Google, Enel X Italia chiede come fare per testare l'uso della propria *app* secondo gli *standard* di sicurezza messi a punto da Google, dichiarandosi altresì pronta a svolgere le attività necessarie. A fronte di tale richiesta, la risposta di Google è che non è possibile fornire ulteriori informazioni al riguardo e che, in definitiva, i responsabili del prodotto sono contrari ad un ampliamento delle tipologie di *app* presenti su Android Auto⁴³³.

363. In occasione della *call*, svoltasi il 28 febbraio 2019, alla quale hanno preso parte l'amministratore delegato del Gruppo Enel, l'amministratore delegato di Enel X Italia e due *Vice President* di Google, Google non prende alcun impegno circa la pubblicazione della *app* JuicePass (già Enel X Recharge) su Android Auto e propone due soluzioni alternative (integrazione delle informazioni sulle colonnine di ricarica in Google Maps e uso di Actions-on-Google per attivare la ricerca delle colonnine di ricarica tramite la *app* di Enel X Italia), ben sapendo che le medesime non rispondono alle esigenze di Enel X Italia. Inoltre, Google sceglie un approccio di gestione dell'incontro che evidenzia ciò che poteva essere fatto con gli strumenti di programmazione a disposizione – senza nessuna possibilità di cambiare tali strumenti – e sposta la questione dalla necessità di sviluppare strumenti di programmazione per Android Auto (adeguati a rendere disponibili le funzioni richieste da Enel X Italia per la propria *app* JuicePass) alla visibilità della medesima *app* su Google Play nella versione non compatibile con Android Auto⁴³⁴. Del resto, lo scopo della *call* è lo sblocco delle negoziazioni sui servizi *cloud* come chiaramente dimostrato dai documenti interni a Google relativi alla genesi e alla preparazione della medesima *call*⁴³⁵.

⁴³² Si veda doc. n. 170 (risposta di Google a Enel X Italia del 20 novembre 2020). Si veda, altresì, doc. n. 56 (verbale dell'audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019).

⁴³³ Si veda doc. ISP73.

⁴³⁴ Si vedano documenti ispettivi ISP5, ISP10, ISP15, ISP47, ISP60, ISP62, ISP63, ISP71, ISP73, ISP74 e ISP106.

⁴³⁵ Sulla genesi si vedano, in particolare, documenti ISP10 e ISP73, sulla preparazione si vedano documenti ISP10, ISP62 e ISP71.

364. A valle della *call* con l'amministratore delegato del Gruppo Enel, Enel X Italia avanza specifiche richieste, volte a rendere una soluzione proposta da Google fruibile agli utenti di JuicePass (già Enel X Recharge), in attesa della pubblicazione su Android Auto⁴³⁶. Enel X Italia chiede altresì la definizione di una tempistica di implementazione della soluzione in questione. Il confronto interno a Google evidenzia che questa non intende in alcun modo cambiare i propri piani di sviluppo dei prodotti per venire incontro alle richieste di Enel X Italia né impegnarsi al rispetto di tempistiche definite⁴³⁷.

365. Nel complesso, in occasione della conferenza telefonica del 28 febbraio 2019 e negli scambi successivi a questa, Google fa mostra di un'attitudine collaborativa e aperta alle esigenze di Enel X Italia e, tuttavia, non modifica in alcun modo i propri piani di lavoro. In effetti, le evidenze agli atti, danno conto del fatto che lo scopo di Google è quello di riavviare e portare a conclusione le negoziazioni con il Gruppo Enel sui servizi *cloud* e non certo quello di risolvere la questione della pubblicazione della *app* di Enel X Italia su Android Auto (“*We have such a huge untapped demand with Enel I think it is worth poking the bear :)*”)⁴³⁸.

366. Nel corso delle negoziazioni intercorse, Google ha proposto a Enel X Italia tre soluzioni alternative alla pubblicazione di JuicePass su Android Auto. Nessuna di tali soluzioni costituisce una risposta accettabile alla questione posta.

367. In particolare, Google ha suggerito a Enel X Italia di collaborare con i costruttori di auto per sviluppare versioni della *app* JuicePass compatibili con i singoli sistemi di *infotainment* per auto⁴³⁹. Come evidenziato, si tratta di una prospettiva che presenta costi operativi e di transazione molto rilevanti e, per contro, esiti indeterminati in ragione della fase di sviluppo ed evoluzione dei sistemi di *infotainment* e delle incertezze relative alla connessione dati nelle auto. Google ha prospettato questa soluzione in una fase iniziale del confronto con Enel X Italia (prima della richiesta da parte dell'amministratore delegato di Enel X Italia di una risposta scritta e definitiva alla richiesta di pubblicazione su Android Auto) per poi lasciarla cadere. L'impercorribilità della soluzione in questione appare confermata dal fatto che, benché Enel X Italia abbia concluso diversi accordi sulla mobilità elettrica con case automobilistiche e sia un operatore di primario rilievo nel panorama italiano sia come *Mobility Service Provider* sia come *Charging Point Operator*, la *app* JuicePass non è stata integrata in alcun sistema di *infotainment*.

368. Google ha altresì prospettato una soluzione basata su Actions-on-Google in occasione della conferenza telefonica del 28 febbraio 2019⁴⁴⁰. Le evidenze istruttorie hanno, tuttavia, evidenziato come lo sviluppo di tale strumento sia, allo stato, non adeguato a consentire l'uso della *app* di Enel X Italia in sicurezza nell'ambiente auto, essendo possibile solo effettuare la ricerca delle colonnine di ricarica⁴⁴¹.

⁴³⁶ Si veda doc. n. 43 (verbale dell'audizione di Enel X Italia del 10 ottobre 2019). La soluzione in questione riguardava l'integrazione in Google Maps delle informazioni sulle colonnine di ricarica e, dunque, l'intermediazione della *app* JuicePass da parte di Google Maps (si veda doc. DC5, integrazione della segnalazione di Enel X Italia del 3 aprile 2019).

⁴³⁷ Si vedano documenti ispettivi ISP47 e ISP106.

⁴³⁸ Si veda doc. ISP10.

⁴³⁹ Si vedano doc. DC1 (segnalazione di Enel X Italia) e documenti ispettivi ISP57 e ISP76.

⁴⁴⁰ Si vedano doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020) e doc. ISP47.

⁴⁴¹ Si vedano doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020) e documenti ispettivi. ISP36, ISP47 e ISP100.

369. Google ha, inoltre, in tutte le fasi del confronto con Enel X Italia, proposto a quest'ultima di integrare le informazioni sulle colonnine di ricarica in Google Maps⁴⁴². In tal caso, tuttavia, il rapporto tra Enel X Italia e gli utenti sarebbe stato intermediato da Google e, per giunta, gli utenti non avrebbero comunque potuto usufruire delle funzioni ulteriori e diverse rispetto a quelle di ricerca e navigazione.

V.7 Inquadramento giuridico della condotta di Google

La finalità escludente e gli effetti della condotta di Google

370. La condotta di Google, consistente nel rifiuto di pubblicare la *app* JuicePass (già Enel X Recharge) su Android Auto, inteso soprattutto come mancata definizione e implementazione delle soluzioni che avrebbero potuto consentire tale risultato e/o un uso sicuro della *app* tramite comandi esclusivamente vocali (Actions-on-Google), ha avuto l'effetto di mantenere, ad oggi, la *app* JuicePass (già Enel X Recharge) al di fuori dalla piattaforma Android Auto. A differenza della *app* di Enel X Italia, Google Maps è presente su Android Auto ed è stata sviluppata senza le limitazioni tipiche del *template*. Le altre *app* di navigazione presenti su Android Auto sono Waze, anch'essa *app* di navigazione di proprietà di Google, e la *app* coreana Kakao, sviluppata come *app* personalizzata (*custom app*) e, dunque, frutto di una scelta aziendale e di un'attività di sviluppo da parte di Google.

371. Questo stato di cose si sta protraendo da più di due anni, a partire dal 20 settembre 2018, data del primo rifiuto espresso opposto da Google. Da ultimo, in data 15 ottobre 2020, Google ha rilasciato la versione *beta* di un *template* per sviluppare nuove *app* per Android Auto, tra cui le *app* per la ricarica elettrica. La versione definitiva del *template* Google non è stata, tuttavia, ancora rilasciata e, pertanto, persiste l'esclusione della *app* JuicePass (già Enel X Recharge) da Android Auto.

372. Quantomeno a partire dal 2018, e dunque per tutto il periodo per il quale la *app* di Enel X Italia è stata – ingiustificatamente – esclusa dalla piattaforma Android Auto, Google ha rafforzato la propria offerta di servizi relativi alla ricarica elettrica tramite Google Maps, sia ampliando il *set* informativo disponibile, sia dotandosi degli strumenti, in particolare il formato GELFS, per continuare ad ampliare tale *set* informativo e alimentare il flusso di dati sulle colonnine di ricarica. La stessa Google ha prospettato che potrebbe ulteriormente ampliare i servizi relativi alla ricarica elettrica tramite Google Maps, consentendo agli utenti di collegarsi ai siti o alle *app* dei diversi *Mobility Service Provider*, ciò che consentirebbe agli utenti di svolgere gran parte dell'esperienza di ricarica attraverso Google Maps. Inoltre, è ragionevole ritenere che Google possa in futuro integrare le funzioni di prenotazione e pagamento in Google Maps.

373. La *app* JuicePass offre un'elevata copertura della rete di punti di ricarica presenti in Italia e fa capo ad un operatore di assoluto rilievo nel settore della mobilità elettrica in Italia. Inoltre, la *app* JuicePass si distingue chiaramente da Google Maps, sia per il fatto di essere una *app* che risponde specificamente alle esigenze connesse alla ricarica elettrica, secondo un approccio specialistico che si pone in contrapposizione all'approccio generalista e "omnicomprensivo" di Google Maps), sia per l'ampiezza dei servizi offerti agli utenti finali. In altre parole, con riguardo ai servizi relativi alla

⁴⁴² Si vedano documenti DC1 (segnalazione di Enel X Italia), DC5 (integrazione della segnalazione di Enel X Italia del 3 aprile 2019) e documenti ispettivi ISP15, ISP47, ISP62, ISP63, ISP71 e ISP77.

ricarica elettrica, Enel X Italia è un concorrente di primario rilievo e propone un servizio che si presenta come nuovo e diverso rispetto a quello di Google.

374. Nel complesso, la condotta di Google appare riconducibile ad una finalità escludente, avendo ostacolato e procrastinato la disponibilità su Android Auto della *app* sviluppata da Enel X Italia, e ha comportato un trattamento più favorevole per la *app* proprietaria Google Maps (discriminazione). A tale conclusione induce la considerazione (i) del rapporto di concorrenza che lega le *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica e le *app* di navigazione, nello spazio competitivo dei servizi connessi alla ricarica elettrica forniti tramite *app*, (ii) dell'impegno profuso da Google per potenziare la propria offerta di servizi relativi alla ricarica elettrica tramite Google Maps e (iii) delle caratteristiche della *app* JuicePass (già Enel X Recharge) nel suddetto rapporto di concorrenza con Google Maps. Inoltre, posto che Google Maps è un punto di accesso agli utenti e una fonte di dati generati dai medesimi, (iv) il modello generalista di Google Maps richiede che il più ampio spettro di attività degli utenti sia coperto da Google Maps cosicché effettivamente Google persegue l'obiettivo di "integrare" in Google Maps qualsiasi attività rilevante o destinata a diventare rilevante per gli utenti.

375. Come già evidenziato, la speciale responsabilità che incombe sull'impresa in posizione dominante implica l'irrilevanza dell'intenzionalità della condotta illecita; la nozione di abuso di posizione dominante ha, in effetti, carattere oggettivo richiedendo che l'impresa in posizione dominante si adoperi per non distorcere i processi competitivi. Nel caso di specie, pertanto, non rileva se Google abbia intenzionalmente ostacolato la pubblicazione della *app* di Enel X Italia su Android Auto o se ciò sia un effetto non voluto di una condotta improntata alla chiusura rispetto alle richieste provenienti da soggetti terzi che non rientrino tra le priorità aziendali. Infatti, le possibilità degli sviluppatori di programmare e distribuire *app* per Android Auto dipendono solo ed esclusivamente da Google⁴⁴³, che riveste il ruolo di *gatekeeper* con riguardo all'accesso degli sviluppatori di *app*, in particolare di quelle utilizzate alla guida, agli utenti finali. Google avrebbe dovuto, pertanto, tenere in debita considerazione la richiesta di Enel X Italia di interoperabilità della propria *app* JuicePass con Android Auto, collocandola nella politica aziendale di pubblicazione per Android Auto e adottando un'attitudine collaborativa. Il rifiuto di ampliare l'interoperabilità di Android Auto, in mancanza di giustificazioni oggettive, ha fatto venire meno, nel concreto, il *level playing field* (principio di non discriminazione) non consentendo a Enel X Italia di sviluppare la propria *app* JuicePass per Android Auto con funzioni analoghe a quelle della *app* proprietaria Google Maps (*level playing field* in senso statico) né di introdurre funzioni nuove e diverse, in aggiunta a quelle già rese disponibili da Google Maps (*level playing field* in senso dinamico).

L'indispensabilità della condotta fattiva di Google (sviluppo di strumenti di programmazione per Android Auto)

376. La definizione e la messa a disposizione da parte di Google di strumenti di programmazione per *app* compatibili con Android Auto costituisce una condizione indispensabile affinché gli sviluppatori terzi possano offrire agli utenti finali *app* utilizzabili in maniera facile e sicura quando i medesimi utenti sono alla guida. Infatti, Google è la sola fonte dei suddetti strumenti. Inoltre, lo sviluppatore di una *app* destinata ad essere utilizzata alla guida non può prescindere

⁴⁴³ Come evidenziato, Google decide in assoluta autonomia quali strumenti di programmazione per Android Auto definire e con quale tempistica, così determinando quali *app* e con quali caratteristiche possono essere pubblicate su Android Auto e quando gli sviluppatori possono accedere ai suddetti strumenti di programmazione.

dell'interoperabilità con Android Auto per raggiungere la più ampia platea di utenti: infatti, la quasi totalità dei dispositivi mobili intelligenti con sistema operativo diverso da iOS utilizza Android e, in Italia, Android viene utilizzato su circa tre quarti degli *smartphone* e la metà dei *tablet*⁴⁴⁴; inoltre, come visto, per l'utente alla guida l'esperienza d'uso modificata e semplificata tramite Android Auto⁴⁴⁵ non è sostituibile con quella completa e ricca di interazione dello *smartphone* e Android Auto non è sostituibile con altre soluzioni tecnologiche per l'uso di *app* tramite le unità di *infotainment* delle auto⁴⁴⁶.

377. Google ha sostenuto che l'interoperabilità con Android Auto non costituisce un elemento indispensabile per *app* di Enel X Italia riportando evidenze relative al numero di *download* di tale *app* nonché all'utilizzo, giudicato modesto, di Android Auto e della versione di Google Maps per Android Auto da parte degli utenti⁴⁴⁷. Google ha altresì affermato che “*un gran numero di conducenti*” continuerebbe ad utilizzare le *app* sullo *smartphone* (nella versione *mobile*). Inoltre, secondo Google, non è indispensabile che la prenotazione di una colonnina di ricarica sia effettuata alla guida potendo l'utente arrestare la marcia per un arco temporale compreso tra trenta secondi e un minuto.

Nessuna delle argomentazioni di Google appare condivisibile.

378. In primo luogo, come evidenziato dalla stessa Google in una presentazione condivisa con Enel X Italia, quello che conta per le *app* è l'effettivo utilizzo da parte degli utenti e i *download* non costituiscono un indicatore di detto utilizzo: infatti, gran parte delle *app* scaricate vengono successivamente rimosse⁴⁴⁸. L'effettivo utilizzo della *app* JuicePass dipende dall'utilità che gli utenti ne possono trarre e, dunque, dall'utilizzabilità in maniera facile e sicura alla guida (disponibilità su Android Auto) e dall'ampiezza dei servizi consentiti (funzionalità della versione per Android Auto), in altre parole dagli strumenti di interoperabilità resi disponibili da Google.

379. In secondo luogo, i dati forniti da Google non consentono di affermare che l'utilizzo di Android Auto è modesto. Infatti, l'indicatore scelto da Google, vale a dire il rapporto tra utenti medi mensili di Android Auto e numero di auto compatibili con Android Auto, appare debolmente connesso al fenomeno che vuole misurare (utilizzo di Android Auto): il numero di auto compatibili con Android Auto non corrisponde al numero di possessori di un dispositivo mobile intelligente con

⁴⁴⁴ Si vedano le statistiche GlobalStats di StatCounter (doc. n. 194, verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell'8 febbraio 2021).

⁴⁴⁵ Si vedano doc. n. 23 (verbale dell'audizione di Google Italy del 16 luglio 2019), doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019), doc. n. 56 (verbale dell'audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019) e doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020).

⁴⁴⁶ Si veda doc. n. 194 (verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell'8 febbraio 2021). Si vedano, inoltre, doc. n. 125 (risposta di Mercedes-Benz del 20 luglio 2020), doc. n. 131 (risposta di PSA 29 luglio 2020), doc. n. 133 (risposta di Volkswagen del 3 agosto 2020), doc. n. 135 (risposta di Renault del 4 agosto 2020), doc. n. 155 (risposta di FCA del 21 settembre 2020), doc. n. 156 (risposta di FCA del 24 settembre 2020), doc. n. 161 (risposta di Volkswagen del 25 settembre 2020), doc. n. 162 (risposta di Renault del 29 settembre 2020), doc. n. 163 (risposta di PSA del 30 settembre 2020) e doc. n. 167 (risposta di Mercedes-Benz del 15 ottobre 2020). Si vedano altresì doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020) e doc. n. 157 (risposta di Enel X Italia del 25 settembre).

⁴⁴⁷ Si vedano memoria finale di Google del 24 marzo 2021 e verbale dell'audizione finale del 29 marzo 2021.

⁴⁴⁸ Si veda doc. DC5 (integrazione della segnalazione di Enel X Italia del 3 aprile 2019), in particolare, presentazione intitolata “*Enel X & Google. Ideas for Enel X Recharge*”.

sistema operativo Android⁴⁴⁹ né tanto meno al numero di utenti (medi mensili) di Android che hanno utilizzato una *app* quando erano alla guida. Anche a voler considerare attendibile l'indicatore scelto da Google per misurare l'utilizzo di Android Auto, il valore da questo assunto nel 2020, e cioè il 12%, appare tutt'altro che modesto se rapportato al valore dell'indicatore scelto da Google per misurare l'utilizzo della versione di Google Maps per Android Auto, pari al 3,5% nel periodo metà febbraio – metà marzo 2021. Eppure Google ha ritenuto necessario sviluppare una versione di Google Maps per Android Auto fin dalle fasi iniziali dello sviluppo di Android Auto.

380. In terzo luogo, il fatto che “*un gran numero di conducenti*” continuerebbe ad utilizzare le *app* sullo *smartphone* (nella versione *mobile*) costituisce un argomento a supporto dell'indispensabilità di Android Auto per un effettivo utilizzo di JuicePass, così come di tutte le *app* destinate ad essere utilizzate dagli utenti alla guida di un autoveicolo. Nel corso dell'istruttoria e nella memoria finale Google ha, infatti, messo in evidenza come la sicurezza e il contenimento della distrazione alla guida siano alla base dello sviluppo di Android Auto e degli strumenti di programmazione messi a disposizione degli sviluppatori (*template*, collaborazioni per lo sviluppo di *custom app* e *Actions-on-Google*)⁴⁵⁰.

381. In quarto luogo, l'argomento di Google secondo cui sarebbe sufficiente arrestare la marcia per un arco temporale compreso tra trenta secondi e un minuto per effettuare la prenotazione di una colonnina di ricarica su JuicePass risulta irrealistica e contraria alla logica di sicurezza e facilità d'uso delle *app* su cui si basa Android Auto. Infatti, l'arco temporale indicato da Google non tiene conto dei tempi di ricerca delle colonnine di ricarica – fase che necessariamente precede la prenotazione – né dei tempi necessari per trovare uno spazio dove posteggiare il veicolo. Inoltre, la necessità di arrestare la marcia per utilizzare una *app* produce un'esperienza utente tutt'altro che facile e atta a contenere la distrazione alla guida.

382. In conclusione, i rilievi mossi da Google nella propria memoria finale portano alla riaffermazione dell'importanza determinante di Android Auto nel consentire un uso effettivo delle *app* destinate ad essere utilizzate alla guida, tra le quali rientra certamente la *app* di Enel X Italia. Inoltre, come visto, Google è l'unica fonte di strumenti di programmazione per Android Auto. Pertanto, nel caso di specie, ricorre il requisito dell'indispensabilità della condotta fattiva dell'impresa in posizione dominante, richiesto dalla giurisprudenza euro-unitaria ai fini dell'accertamento di un rifiuto a contrarre in violazione dell'articolo 102 del TFUE⁴⁵¹.

L'idoneità della condotta omissiva a eliminare una concorrenza effettiva

383. Nel periodo di tempo per il quale Google è riuscita, e riuscirà, a tenere la *app* JuicePass (già Enel X Italia) al di fuori di Android Auto, Google ha avuto, e avrà, la possibilità di costruire una base utenti per i servizi relativi alla ricarica elettrica tramite Google Maps (su Android Auto) e, al

⁴⁴⁹ A esempio, il possessore di un'auto compatibile con Android Auto potrebbe utilizzare un dispositivo con sistema operativo iOS. Nella maggioranza dei casi, infatti, le auto sono compatibili sia con Android Auto che con Apple CarPlay.

⁴⁵⁰ Si vedano doc. n. 23 (verbale dell'audizione di Google Italy del 16 luglio 2019), doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019), doc. n. 56 (verbale dell'audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019), doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020) e memoria finale di Google del 24 marzo 2021. Si vedano altresì documenti ispettivi ISP10 e ISP31.

⁴⁵¹ Si veda sentenza del Tribunale di primo grado del 17 settembre 2007 sulla causa T-201/04 *Microsoft Corp./Commissione* dove vengono richiamate la sentenza della Corte di Giustizia del 6 aprile 1995 sulle cause riunite C-241/91 P e C-242/91 P, *RTE e ITP/Commissione* (“sentenza Magill”) e la sentenza della Corte di Giustizia del 29 aprile 2004 sulla causa C-418/01, *IMS Health*.

contempo, Google ha impedito, e impedirà, che Enel X Italia abbia questa stessa possibilità per la *app* JuicePass (già Enel X Recharge). L'esistenza di effetti di rete e la possibilità che si verifichino fenomeni di *winner-takes-all* implicano che il differimento della disponibilità della *app* JuicePass su Android Auto è idoneo a impedire che la *app* in questione arrivi ad avere una base utenti adeguata a farla rimanere nel novero delle *app* effettivamente utilizzate dagli utenti.

384. Infatti, le *app* che forniscono servizi connessi alla ricarica elettrica (ivi comprese quelle di navigazione) sono destinate ad essere utilizzate quando il veicolo è in movimento così da consentire un'esperienza di ricarica adeguata alle esigenze della mobilità elettrica e non frustrata dalla cd. "ansia da ricarica"⁴⁵². Pertanto, nell'ecosistema Android, il contesto di elezione per l'uso della *app* JuicePass è l'ambiente controllato e semplificato di Android Auto e non il contesto complesso e ricco di interazioni dello *smartphone* nel pieno delle sue possibilità. Ne consegue che l'utilizzo della *app* di Enel X Italia al di fuori di Android Auto, e dunque a veicolo fermo, appare del tutto residuale e, comunque, non sufficiente a sostenere la diffusione della *app* presso gli utenti e il prodursi degli effetti di rete che possono portare alla costruzione e al consolidamento di una base utenti ampia e attiva.

385. Per le ragioni esposte, la condotta di Google è suscettibile di produrre effetti sulla struttura del mercato non limitandosi ad ostacolare e ritardare l'ingresso di un nuovo operatore, vale a dire Enel X Italia, ma potendo portare all'esclusione definitiva di quest'ultimo. Al riguardo, si evidenzia come la *app* JuicePass sia rimasta esclusa dalla piattaforma Android Auto nel 2020 e nei primi mesi del 2021 e cioè all'inizio del periodo pluriennale 2020-2025 nel quale è prevista una significativa crescita delle vendite di veicoli elettrici (a batteria e ibridi *plug-in*)⁴⁵³ così limitando in maniera sostanziale le possibilità per la *app* in questione di costruire la propria base utenti. Laddove tale esclusione dovesse ulteriormente protrarsi potrebbe concretizzarsi il paventato rischio di esclusione definitiva di Enel X Italia dal contesto delle *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica effettivamente utilizzate dalla platea dei possessori di veicoli elettrici.

386. Nel caso di specie ricorre, pertanto, il requisito dell'idoneità della condotta (omissiva) dell'impresa in posizione dominante a determinare l'eliminazione della concorrenza effettiva sul mercato, ai fini dell'accertamento di un rifiuto a contrarre in violazione dell'articolo 102 del TFUE. Nella sentenza sul caso Microsoft, il Tribunale di primo grado ha chiarito che la *ratio* dell'art. 102 del TFUE è quella di "*preservare una concorrenza non falsata nel mercato comune*" e che, pertanto, l'intervento delle autorità *antitrust* non deve "*aspettare che i concorrenti siano estromessi dal mercato, o che tale estromissione sia sufficientemente imminente*". Inoltre, il Tribunale ha affermato che l'intervento preventivo delle autorità *antitrust*, rispetto al concretizzarsi di rischi di eliminazione di un concorrente, è tanto più legittimo quando il mercato "*è caratterizzato da considerevoli effetti di rete e una simile estromissione sarebbe pertanto difficilmente reversibile*". Infine, il Tribunale ha affermato che "*non occorre dimostrare l'eliminazione di qualsiasi presenza concorrenziale sul*

⁴⁵² Si vedano doc. n. 44 (risposta di Enel X Italia del 22 ottobre 2019), doc. n. 125 (risposta di Mercedes-Benz del 20 luglio 2020), doc. n. 131 (risposta di PSA del 29 luglio 2020), doc. n. 135 (risposta di Renault del 4 agosto 2020), doc. n. 133 (risposta di Volkswagen del 3 agosto 2020) e doc. n. 155 (risposta di FCA del 21 settembre 2020).

⁴⁵³ Si vedano studio "*Smart Mobility Report*" del settembre 2019 di Energy & Strategy Group, doc. n. 125 (risposta di Mercedes-Benz del 20 luglio 2020), doc. n. 131 (risposta di PSA del 29 luglio 2020), doc. n. 135 (risposta di Renault del 4 agosto 2020), doc. n. 133 (risposta di Volkswagen del 3 agosto 2020) e doc. n. 155 (risposta di FCA del 21 settembre 2020).

mercato. Infatti, quel che rileva ai fini di una violazione dell'art. 82 CE è che il rifiuto di cui si discute rischi di eliminare qualsiasi concorrenza effettiva sul mercato o che sia idoneo a farlo. Al riguardo, occorre precisare che il fatto che i concorrenti dell'impresa in posizione dominante rimangano presenti marginalmente in alcune «nicchie» del mercato non è sufficiente per sostenere che una tale concorrenza esiste»⁴⁵⁴.

L'ostacolo alla comparsa di un nuovo prodotto per il quale esiste una domanda potenziale

387. Per effetto della condotta di Google si è determinata una ingiusta disparità di trattamento tra la *app* JuicePass e le *app* proprietarie di Google con particolare riferimento a Google Maps, a danno dei consumatori; questi, su Android Auto, possono soddisfare i propri bisogni relativi alla ricarica elettrica solo utilizzando i servizi di ricerca e navigazione di Google Maps, perdendo la possibilità di accedere alla diversa e più ampia gamma di servizi offerti da JuicePass, che offre un'esperienza di ricarica completa e specificamente pensata per la ricarica dei veicoli elettrici. Infatti, i possessori di dispositivi mobili con sistema operativo Android, quando si trovano alla guida e attivano Android Auto, possono cercare una colonnina di ricarica tramite Google Maps e ottenere le informazioni rilevanti per decidere presso quale colonnina effettuare la ricarica, ma non possono effettuare la stessa ricerca tramite la *app* JuicePass (già Enel X Recharge). Inoltre, i medesimi soggetti non possono beneficiare delle altre funzionalità distintive della *app* di Enel X Italia tra cui, in particolare, la possibilità di prenotare una presa. Pertanto, la condotta di Google, ostacolando e ritardando l'ingresso di una *app* che avrebbe consentito non solo di cercare una colonnina e ottenere le informazioni rilevanti per la ricarica ma anche di prenotare l'uso dell'infrastruttura e svolgere altre attività funzionali alla ricarica, è suscettibile di determinare una riduzione del benessere del consumatore e una restrizione dell'offerta e delle possibilità di scelta dei consumatori, con riguardo al numero di operatori, alla differenziazione dei servizi, e potenzialmente, alla stessa qualità dei servizi. Inoltre, poiché i servizi in questione sono necessari alla mobilità elettrica, potrebbe altresì determinarsi un pregiudizio ad una più rapida diffusione dei veicoli elettrici e, dunque, alla transizione verso una mobilità più sostenibile dal punto visto ambientale.

388. L'esclusione definitiva di Enel X Italia, in conseguenza del protrarsi della condotta di Google, renderebbe strutturale la perdita di benessere, già sofferta per oltre due anni dal consumatore, in termini di riduzione dell'offerta, minor grado di differenziazione dei servizi e potenziale abbassamento del livello qualitativo dei servizi. Inoltre, si determinerebbe una dispersione degli investimenti in tecnologia effettuati da Enel X Italia per lo sviluppo della *app* JuicePass.

389. Poiché gli utenti sono una fonte di dati e i dati sulle ricerche di colonnine di ricarica rivestono un particolare rilievo per l'analisi della domanda di servizi di ricarica, la condotta di Google ha privato e potrebbe privare in futuro Enel X Italia della possibilità di acquisire un flusso di dati prezioso per definire la sua operatività nel settore della mobilità elettrica e migliorare la qualità dei servizi offerti. Ciò riguarderebbe non solo la definizione delle offerte commerciali ma anche la configurazione tecnica e l'articolazione territoriale della rete di colonnine di ricarica offerta da Enel X Italia, nel ruolo di *Mobility Service Provider*, e dal Gruppo Enel (attraverso Enel X Mobility), nel ruolo di *Charging Point Operator*. Si evidenzia che lo sviluppo di una rete di infrastrutture di ricarica adeguata a rispondere alle esigenze dei consumatori, e in particolare ad arginare la cd. ansia da

⁴⁵⁴ Si veda sentenza del Tribunale di primo grado del 17 settembre 2007 sulla causa T-201/04 *Microsoft Corp./Commissione*, in particolare, punti 561, 562 e 563.

ricarica, può contribuire alla diffusione della mobilità elettrica, con evidenti benefici anche in termini di tutela dell'ambiente.

390. Gli effetti di lungo periodo della condotta di Google riguarderebbero altresì la perdita di un modello di *business*, basato sull'offerta di servizi specifici rispetto ad una data esigenza dell'utente (vale a dire la ricarica elettrica), diverso da quello generalista di Google Maps. L'impoverimento in termini di modelli di *business* potrebbe ridurre il grado di innovazione del mercato in quanto a ciascun modello di *business* corrisponde un diverso modo di rispondere alle esigenze dei consumatori e di affrontare le dinamiche di mercato e i processi competitivi.

391. In considerazione degli effetti della condotta di Google in termini di ostacolo alla fruizione da parte degli utenti di un prodotto diverso e più ampio, rischio di dispersione degli investimenti in tecnologia (per lo sviluppo di una *app*), blocco all'acquisizione di un *input* (dati generati dagli utenti) necessario per la definizione di offerte commerciali e di una rete di infrastrutture in un settore nuovo e in fase di sviluppo (mobilità elettrica) nonché freno alla diffusione di un diverso modello di *business*, nel caso di specie ricorre il requisito dell'ostacolo alla comparsa di un nuovo prodotto per il quale esiste una domanda potenziale, che la giurisprudenza euro-unitaria ha indicato come necessario ai fini dell'accertamento di un rifiuto a contrarre in violazione dell'articolo 102 del TFUE. I suddetti effetti costituiscono, singolarmente e nel loro complesso, un ostacolo al progresso tecnico.

392. Si evidenzia che il Tribunale di primo grado, nella richiamata sentenza sul caso Microsoft, rileva che *“la circostanza che il comportamento contestato ostacoli la comparsa di un prodotto nuovo sul mercato dev'essere valutata alla luce dell'art. 82, secondo comma, lett. b), CE, il quale vieta le pratiche abusive consistenti nel «limitare la produzione, gli sbocchi o lo sviluppo tecnico a danno dei consumatori» e che “la circostanza relativa alla comparsa di un prodotto nuovo ... non può costituire l'unico parametro che consente di stabilire se il rifiuto di concedere in licenza un diritto di proprietà intellettuale possa portare pregiudizio ai consumatori ai sensi dell'art. 82, secondo comma, lett. b), CE. Come risulta infatti dalla lettera di tale disposizione, il detto pregiudizio può verificarsi in presenza di una limitazione non solo della produzione o degli sbocchi, ma anche dello sviluppo tecnico”*⁴⁵⁵.

V.8 L'assenza di giustificazioni oggettive

393. Le evidenze agli atti fanno emergere che il rifiuto di Google di pubblicare l'app Enel X Recharge (ora JuicePass) su Android Auto non dipende da questioni tecniche ma da una scelta aziendale relativa alla pubblicazione di *app* su Android Auto⁴⁵⁶. Una scelta aziendale è, con tutta evidenza, derogabile e modificabile dall'impresa che la definisce e, pertanto, Google si trovava nella posizione di accogliere la richiesta di Enel X Italia.

394. Google avrebbe dovuto derogare alla propria politica di pubblicazione di *app* su Android Auto in quanto questa prevede un trattamento differenziato e più favorevole per le *app* proprietarie Google Maps e Waze rispetto alle restanti *app* che contengono funzioni di ricerca e navigazione, ivi compresa la *app* JuicePass. In particolare, Google avrebbe dovuto definire e mettere a disposizione una soluzione che consentisse a Enel X Italia di sviluppare la *app* JuicePass (già Enel X Recharge)

⁴⁵⁵ Si veda sentenza del Tribunale di primo grado del 17 settembre 2007 sulla causa T-201/04 *Microsoft Corp./Commissione* in particolare, punti 643 e 647.

⁴⁵⁶ Si veda, in particolare, doc. ISP57.

con funzioni non solo di ricerca e navigazione analoghe a quelle di Google Maps (*level playing field* in senso statico), ma anche con le ulteriori funzioni, in particolare prenotazione e avvio della sessione di ricarica, indicate come essenziali da Enel X Italia⁴⁵⁷ (*level playing field* in senso dinamico).

395. Inoltre, come sopra rilevato, gli strumenti per consentire la pubblicazione della *app* Enel X Recharge (ora JuicePass) su Android Auto e/o il suo uso in condizioni di sicurezza (esclusivamente) tramite comandi vocali, erano parte della stessa politica aziendale di pubblicazione, individuata da Google (*template, custom app, Actions-on-Google*)⁴⁵⁸. Tali strumenti consentono a Google di aprire la piattaforma Android Auto alle *app* di terzi nel pieno rispetto dei requisiti di sicurezza e contenimento della distrazione alla guida⁴⁵⁹. Google avrebbe dovuto solo rendere prioritaria la soluzione da essa stessa individuata e dedicare a tale soluzione le risorse necessarie a realizzarla⁴⁶⁰.

396. Le evidenze agli atti hanno chiarito come il Gruppo Enel fosse considerato un *partner* di primaria importanza all'interno di Google, sia per gli obiettivi commerciali (servizi *cloud* e integrazione delle informazioni sulle colonnine di ricarica in Google Maps), sia sotto il profilo relazionale (per evitare una segnalazione alle autorità *antitrust*)⁴⁶¹. Malgrado ciò, Google non è venuta incontro alle richieste di Enel X Italia relative alla *app* JuicePass – trovandosi, come visto, nella condizione di farlo – ma, al contrario, ha fatto mostra di interessarsi alle medesime richieste – senza modificare i propri piani aziendali – al fine di coltivare il rapporto con il Gruppo Enel per arrivare alla conclusione di un accordo sui servizi *cloud*⁴⁶².

397. Google ha affermato che il numero di utenti di Android Auto e di JuicePass era basso; pertanto, non sarebbero stati convenienti ulteriori investimenti per ampliare la gamma di *app* presenti su Android Auto e, inoltre, la mancata pubblicazione della *app* di Enel X Italia su Android Auto non ne avrebbe limitato la diffusione presso gli utenti finali⁴⁶³. Tuttavia, come sopra evidenziato, la condotta di Google va inquadrata in un'ottica prospettica stante il fatto che, sia il settore della mobilità elettrica, sia quello delle soluzioni informatiche per le unità di *infotainment*, attraversano una fase di sviluppo ed evoluzione⁴⁶⁴. Le evidenze agli atti hanno, in particolare, messo in rilievo un chiaro interesse delle case automobilistiche e degli sviluppatori di *app* per Android Auto e l'aspettativa di una significativa crescita delle vendite di auto elettriche e, dunque, della domanda di

⁴⁵⁷ Secondo quanto indicato dall'amministratore delegato di Enel X Italia nella richiesta del 21 dicembre 2018 di una risposta scritta e definitiva (si vedano doc. DC5, integrazione della segnalazione di Enel X Italia del 3 aprile 2019 e doc. ISP77).

⁴⁵⁸ Si vedano documenti ispettivi ISP10, ISP19, ISP31, ISP48, ISP57, ISP76 e ISP118.

⁴⁵⁹ Si vedano doc. n. 23 (verbale dell'audizione di Google Italy del 16 luglio 2019), doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019), doc. n. 56 (verbale dell'audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019), doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020) e memoria finale di Google del 24 marzo 2021. Si vedano altresì documenti ispettivi ISP10 e ISP31.

⁴⁶⁰ Si vedano documenti ispettivi ISP10, ISP47 e ISP57.

⁴⁶¹ Sulla rilevanza per gli obiettivi commerciali si vedano documenti ispettivi ISP5, ISP10, ISP16 e ISP60. Sulla minaccia di Enel X Italia di inviare una segnalazione alle autorità *antitrust* si vedano documenti ispettivi ISP57, ISP58 e ISP67.

⁴⁶² Si vedano documenti ispettivi ISP10, ISP62, ISP71 e ISP73. Si vedano altresì documenti ispettivi ISP36, ISP48, ISP100 e ISP118 sulla preparazione della risposta all'amministratore delegato di Enel X Italia del 18 gennaio 2019.

⁴⁶³ Si vedano doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019) e doc. n. 122, (risposta di Google del 17 luglio 2020).

⁴⁶⁴ Si vedano, tra gli altri, doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020) e studio "*Smart Mobility Report*" del settembre 2019 di Energy & Strategy Group.

servizi relativi alla ricarica elettrica⁴⁶⁵. Inoltre, la stessa Google ha dimostrato di guardare con forte interesse e profonda attenzione alle rilevanti potenzialità di crescita dell'uso delle *app* nell'ambiente auto e dei servizi relativi alla ricarica elettrica, investendo in Android Auto e in Android Automotive Operating System e potenziando i servizi relativi alla ricarica elettrica tramite Google Maps.

398. Quanto alla disponibilità delle risorse, basti osservare che Google è una delle quattro o cinque imprese cd. *Big Tech*, riconosciute come *leader* a livello mondiale nel settore degli apparati e dei servizi digitali⁴⁶⁶ ed è dotata di una forza finanziaria ragguardevolissima che le consentirebbe di attrarre in breve tempo eventuali risorse tecniche che le dovessero mancare. Inoltre, Google avrebbe potuto legittimamente chiedere ad Enel X Italia di contribuire, in misura non sproporzionata, all'incremento di risorse dedicate ad Android Auto, in termini finanziari e di risorse tecniche messe a disposizione. Del resto, successivamente al quarto rifiuto espresso, Enel X Italia si era resa disponibile a testare l'uso della propria *app* secondo gli *standard* di sicurezza messi a punto da Google, ma quest'ultima non ha dato seguito a tale richiesta⁴⁶⁷.

399. Il rifiuto di Google non dipende da questioni tecniche legate alle specifiche funzionalità di JuicePass, come acclarato nel confronto interno a Google ("*It's a publishing policy*")⁴⁶⁸. Inoltre, la politica aziendale sulla pubblicazione di *app* su Android Auto individua, come visto, gli strumenti che consentono a Google di affrontare e gestire le questioni di sicurezza legate all'uso delle *app* alla guida (*template*, *app* personalizzate e Actions-on-Google)⁴⁶⁹. In particolare, non possono esservi insuperabili questioni di sicurezza legate alle funzionalità caratterizzanti della *app* di Enel X Italia (prenotazione, gestione della ricarica e pagamento), aggiuntive rispetto a quelle di ricerca e navigazione che sono già disponibili su Android Auto tramite Google Maps. Infatti, ai fini della sicurezza alla guida rilevano le modalità di interazione tra utente e *app* e non la finalità di quelle azioni (ad esempio, selezionare un album musicale o prenotare una colonnina di ricarica), mentre le modalità di interazione dipendono dagli strumenti di programmazione definiti da Google.

400. Gli stessi obiettivi di contenimento della distrazione e di mantenimento della sicurezza alla guida, alla base di Android Auto e dello sviluppo dei *template*, hanno senso solo se rapportati alle modalità di uso delle *app* mentre il riferimento a categorie di *app*, individuate a grandi linee secondo le finalità di utilizzo, può essere solo uno strumento per il perseguimento dei suddetti obiettivi. Inoltre, la stessa politica di Google per la pubblicazione di *app* su Android Auto, da essa stessa definita, contiene due categorie di *app*, quelle sviluppate dalle case automobilistiche e quelle basate

⁴⁶⁵ Si vedano doc. n. 125 (risposta di Mercedes-Benz del 20 luglio 2020), doc. n. 131 (risposta di PSA 29 luglio 2020), doc. n. 133 (risposta di Volkswagen del 3 agosto 2020), doc. n. 135 (risposta di Renault del 4 agosto 2020), doc. n. 155 (risposta di FCA del 21 settembre 2020) e doc. n. 167 (risposta di Mercedes-Benz del 15 ottobre 2020). Si veda, inoltre, doc. n. 194 (verbale di acquisizione di documentazione da Internet dell'8 febbraio 2021)).

⁴⁶⁶ Tale è la rilevanza delle *Big Tech* che, a livello internazionale, sono utilizzati acronimi per l'insieme di tali imprese: in particolare, Google, insieme a Apple, Amazon e Facebook fa parte dell'insieme indicato come con GAFAM; se si considera anche Microsoft, l'insieme diventa GAFAM.

⁴⁶⁷ Si veda doc. ISP73.

⁴⁶⁸ Si veda doc. ISP57.

⁴⁶⁹ Sugli strumenti di programmazione per Android Auto e sulla politica aziendale di pubblicazioni si vedano documenti ispettivi ISP10, ISP19, ISP31, ISP48, ISP57, ISP76 e ISP118. Sulla rispondenza di detti strumenti di programmazione alle esigenze di sicurezza alla guida si vedano doc. n. 23 (verbale dell'audizione di Google Italy del 16 luglio 2019), doc. n. 36 (memoria di Google Italy del 13 agosto 2019), doc. n. 56 (verbale dell'audizione di Google Italy e Google LLC del 13 novembre 2019), doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020) e memoria finale di Google del 24 marzo 2021 nonché documenti ispettivi ISP10 e ISP31

su Actions-on-Google, che non fanno riferimento a particolari finalità di utilizzo. In aggiunta, la categoria delle *app* basate su Actions-on-Google fa riferimento proprio ad una modalità di interazione tra utente e *app* (esclusivamente tramite comandi vocali).

401. In ogni caso, benché nei documenti interni a Google si parli di “*publishing policy*”, l’individuazione di categorie di *app* ai fini della pubblicazione su Android Auto resta un esercizio di approssimazione. Quando all’interno di Google si è discusso della precisa definizione di cosa sia una *app* di navigazione (e cosa non lo sia), la laconica conclusione è stata che una tale definizione non esiste⁴⁷⁰. Inoltre, benché Google abbia sostenuto, in particolare nella risposta all’amministratore delegato di Enel X Italia del 18 gennaio 2019, che la *app* sviluppata da Enel X Italia non è una *app* di navigazione bensì una *app* che utilizza funzionalità di navigazione per offrire servizi diversi⁴⁷¹, nel corso del procedimento Google ha affermato che la pubblicazione della *app* JuicePass (già Enel X Recharge) su Android Auto potrà avvenire proprio grazie allo sviluppo di un *template* per *app* di navigazione che integra anche funzioni di prenotazione e pagamento⁴⁷².

402. Non da ultimo, la chiusura di Google, rispetto alla pubblicazione su Android Auto della *app* JuicePass (già Enel X Recharge), appare ingiustificata in considerazione del fatto che la *app* in questione è pensata specificamente per essere utilizzata dagli utenti alla guida di un veicolo elettrico. Infatti, la necessità di effettuare la ricarica sorge proprio in ragione dell’uso dell’auto elettrica e, inoltre, la possibilità di provvedere a tale esigenza in maniera facile e sicura è un elemento chiave per superare quella che è stata definita “ansia da ricarica”⁴⁷³. Non a caso la stessa Google offre servizi relativi alla ricarica elettrica attraverso la propria *app* Google Maps e, tra le informazioni (di cui al formato GELFS) sulle colonnine di ricarica, figura la disponibilità in tempo reale delle prese che, come evidenziato, risponde alla medesima funzione d’uso della prenotazione consentita dalla *app* di Enel X Italia.

403. L’argomento di Google per cui l’utente potrebbe utilizzare (in sicurezza) la *app* JuicePass quando il veicolo è fermo è, pertanto, del tutto pretestuoso. Tale argomento è, peraltro, contraddetto dal fatto che Google offre servizi relativi alla ricarica elettrica tramite Google Maps, che è presente su Android Auto, e dal fatto che Google sta mettendo a punto un *template* che consentirà a sviluppatori terzi di programmare *app* per la ricarica elettrica pubblicabili su Android Auto, comprensive delle funzioni di prenotazione e pagamento.

404. In conclusione, la condotta di Google, consistente nel rifiuto di pubblicare su Android Auto la *app* sviluppata da Enel X Italia – rifiuto inteso, in particolare, come mancata implementazione delle soluzioni che avrebbero consentito tale pubblicazione o comunque un uso della *app* esclusivamente tramite comandi vocali – non appare supportata da ragioni oggettive. Inoltre, anche le argomentazioni addotte da Google nelle singole occasioni di diniego appaiono contraddittorie e/o non condivisibili e, in ultima istanza, non ragionevoli né proporzionate.

⁴⁷⁰ Si vedano documenti ispettivi ISP19, ISP48 e ISP118.

⁴⁷¹ Si vedano doc. DC5 (integrazione della segnalazione di Enel X Italia del 3 aprile 2019) e doc.ISP77.

⁴⁷² Si veda doc. n. 122 (risposta di Google del 17 luglio 2020) dove si legge “*il template di navigazione di Google consentirà in futuro agli sviluppatori di app di permettere la prenotazione e il pagamento delle sessioni di ricarica di veicoli elettrici tramite le proprie app all’interno di Android Auto*”.

⁴⁷³ Si vedano doc. n. 44 (risposta di Enel X Italia del 22 ottobre 2019), doc. n. 125 (risposta di Mercedes-Benz del 20 luglio 2020), doc. n. 131 (risposta di PSA del 29 luglio 2020), doc. n. 135 (risposta di Renault del 4 agosto 2020), doc. n. 133 (risposta di Volkswagen del 3 agosto 2020) e doc. n. 155 (risposta di FCA del 21 settembre 2020).

405. Nelle prime tre occasioni, il rifiuto viene motivato da Google con il fatto che solo due categorie di *app* sono pubblicabili su Android Auto, e segnatamente quelle di *media* (contenuti audio) e quelle di messaggistica⁴⁷⁴. Solo nel quarto rifiuto (mese di gennaio 2019) Google dà conto della presenza su Android Auto anche delle proprie *app* di navigazione, Google Maps e Waze, ma nasconde – consapevolmente – che una terza *app* di navigazione (Kakao, disponibile in Corea del Sud) è pubblicata su Android Auto⁴⁷⁵.

406. Come sopra evidenziato, nei quattro rifiuti espressi Google si è trincerata nella mancanza di un *template* corrispondente alla *app* di Enel X Italia e non ha prospettato la concreta possibilità che la pubblicazione della *app* di Enel X Italia su Android Auto sarebbe potuta avvenire in un momento successivo; eppure, Google avrebbe ben potuto individuare nello sviluppo di un nuovo *template* la soluzione alla richiesta di Enel X Italia dando un’indicazione (anche approssimativa) dei relativi tempi. Inoltre, poiché su Android Auto erano anche presenti le *app* di navigazione proprietarie di Google -sviluppate con strumenti di programmazione cd. “*full screen*” che non hanno le limitazioni dei *template*- nonché una *app* (Kakao) sviluppata come *app* personalizzata (*custom app*), gli strumenti di programmazione che Google avrebbe dovuto prendere in considerazione non si limitavano ai *template* ma comprendevano anche la collaborazione per sviluppare una *app* personalizzata (*custom app*).

407. Sempre nel quarto rifiuto Google afferma che [p]er motivi di sicurezza alla guida dell’utente e per altre ragioni tecniche” Google non rende disponibili su Android Auto altre categorie di *app*, né *app* di navigazione di terzi; un ampliamento delle categorie di *app* “*richiederebbe l’utilizzo di ingenti risorse tecniche che Google non ha ancora a disposizione per Android Auto*”⁴⁷⁶. Le evidenze agli atti mettono però in evidenza che le questioni di sicurezza possono essere superate attraverso i *template* ovvero attraverso lo sviluppo di una *custom app* ovvero implementando azioni sulla piattaforma Actions-on-Google. Quanto alle “*ingenti risorse tecniche*”, che Google non avrebbe avuto a disposizione per sviluppare un nuovo *template*, sono state sopra evidenziate le ragioni per le quali questo argomento non appare plausibile.

408. Parimenti ingiustificato appare l’atteggiamento di chiusura mostrato da Google rispetto alla richiesta di Enel X Italia, successiva al quarto rifiuto, di conoscere la procedura per testare la sicurezza della propria *app* secondo i requisiti individuati dalla stessa Google⁴⁷⁷. Infatti, la richiesta di Enel X Italia partiva proprio dalla motivazione addotta da Google a sostegno del proprio diniego.

409. Infine, non giustificata appare la chiusura di Google rispetto all’eventualità di modificare i propri piani interni e impegnarsi al rispetto di determinate tempistiche in relazione alle richieste di Enel X Italia su una delle soluzioni, proposte dalla stessa Google nel corso della *call* con l’amministratore delegato del Gruppo Enel⁴⁷⁸. Infatti, la *call* era volta ad appianare le divergenze con Enel X Italia (fatte proprie dal Gruppo Enel) e Google era consapevole che entrambe le soluzioni

⁴⁷⁴ Si vedano, DC5 (integrazione della segnalazione di Enel X Italia del 3 aprile 2019) e, tra gli altri, documenti ispettivi ISP57 e ISP77.

⁴⁷⁵ Si veda doc. ISP36.

⁴⁷⁶ Si vedano doc. DC5 (integrazione della segnalazione di Enel X Italia del 3 aprile 2019) e doc. ISP77.

⁴⁷⁷ Si veda doc. ISP73.

⁴⁷⁸ Si vedano doc. DC5 (integrazione della segnalazione di Enel X Italia del 3 aprile 2019) e documenti ispettivi ISP47 e ISP106.

proposte non erano soddisfacenti per Enel X Italia⁴⁷⁹. Tali circostanze avrebbero dovuto indurre Google ad un atteggiamento di collaborazione e apertura e, invece, Google è restata ferma nel proprio approccio di totale chiusura rispetto alle richieste di Enel X Italia.

V.9 Conclusioni

410. Android e Google Play costituiscono prodotti imprescindibili per gli sviluppatori di *app* che intendano raggiungere gli utenti che non usano un dispositivo mobile intelligente con sistema operativo iOS e, in ogni caso, la più vasta platea di utenti di dispositivi mobili intelligenti. Parimenti, Android Auto è un prodotto imprescindibile per gli sviluppatori di *app* destinate ad essere utilizzate dagli utenti alla guida in quanto Android Auto consente un'esperienza utente (uso facile e sicuro della *app*, nel rispetto dei requisiti di sicurezza e riduzione della distrazione alla guida) che non trova sostituti nell'ecosistema Android né in altre soluzioni tecnologiche per l'interoperabilità delle *app* con le unità di *infotainment* delle auto. La pubblicazione di una *app* su Android Auto dipende esclusivamente dalle scelte aziendali di Google, che è la sola fonte degli strumenti di programmazione per Android Auto, mentre lo sviluppatore non può che adeguarsi al contesto tecnologico sviluppato da Google.

411. Google ha rifiutato di pubblicare su Android Auto la *app* sviluppata da Enel X Italia e, in particolare, non ha attuato le soluzioni informatiche che avrebbero potuto consentire lo sviluppo di una versione della *app* pubblicabile su Android Auto o utilizzabile su Android Auto esclusivamente tramite comandi vocali. Inoltre, nei contatti con Enel X Italia, Google ha tenuto un comportamento ostruzionistico aggirando la richiesta principale di Enel X Italia (pubblicazione di una *app* su Android Auto) nonché alcune ulteriori richieste avanzate dalla stessa Enel X Italia (in relazione alla procedura per verificare la rispondenza di una *app* agli *standard* di sicurezza individuati da Google e ad una soluzione transitoria da implementare nella prospettiva della pubblicazione su Android Auto).

412. La condotta di Google consiste in un rifiuto a consentire l'interoperabilità di una *app* di un soggetto terzo (Enel X Italia) sulla piattaforma Android Auto. Tale condotta appare riconducibile ad una finalità escludente che ha comportato un trattamento più favorevole per la *app* proprietaria Google Maps. Infatti, Google Maps è legata da un rapporto competitivo dai contorni chiaramente definiti (concorrenza effettiva, concorrenza potenziale, concorrenza per gli utenti e i dati) alle *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica e, in particolare, alla *app* di Enel X Italia. Inoltre, Enel X Italia emerge come un operatore di chiaro rilievo nel settore della mobilità elettrica in Italia e la sua *app* presenta caratteristiche distintive rispetto a Google Maps.

413. La suddetta condotta di Google ha già prodotto, per oltre due anni, effetti pregiudizievoli in termini di riduzione dell'offerta e dunque di restrizione delle possibilità di scelta degli utenti. Tale condotta è, inoltre, idonea a rendere permanenti tali effetti così alterando la struttura del mercato, con riguardo ai servizi connessi alla ricarica elettrica offerti tramite *app*, con conseguente

⁴⁷⁹ Si veda, in particolare, doc. ISP10. La consapevolezza che le soluzioni prospettate nel corso della conferenza telefonica del 28 febbraio 2019 (basate sull'integrazione delle informazioni sulle colonnine di ricarica in Google Maps e su Actions-on-Google) non rispondevano alle richieste di Enel X Italia era già maturata in occasione della preparazione della risposta all'amministratore delegato di Enel X Italia del 18 gennaio 2019; si veda doc. ISP36. Enel X Italia ha, inoltre, spiegato di essersi interessata a tali soluzioni nella prospettiva di poter pubblicare la propria *app* su Android Auto e con l'intento di aumentare la fruibilità della propria *app* per gli utenti nel tempo necessario a conseguire tale obiettivo (si veda doc. n. 43, verbale dell'audizione di Enel X Italia del 10 ottobre 2019).

dispersione degli investimenti in tecnologia effettuati da Enel X Italia e perdita di un modello di *business* alternativo a quello di Google Maps. Tutto ciò rappresenta un ostacolo all'innovazione nel settore dei servizi connessi alla mobilità elettrica, in una fase cruciale di avvio di quest'ultima, e può altresì influire sullo sviluppo di una rete di infrastrutture di ricarica delle auto elettriche adeguata alle esigenze della domanda, così potendo pregiudicare una più rapida diffusione dei veicoli elettrici e la transizione verso una mobilità più sostenibile dal punto visto ambientale.

414. Il rifiuto opposto da Google alla richiesta di Enel X Italia non appare supportato da giustificazioni oggettive. A tale conclusione portano la considerazione del quadro complessivo delle *app* disponibili su Android Auto, degli orientamenti aziendali di Google con riguardo alla pubblicazione di *app* su Android Auto, della finalità di Android Auto di consentire un uso facile e sicuro delle *app* quando l'utente è alla guida nonché delle specifiche caratteristiche della *app* sviluppata da Enel X Italia.

VI. IL PREGIUDIZIO AL COMMERCIO EURO-UNITARIO

415. La condotta contestata rientra nell'ambito di applicazione della normativa euro-unitaria in materia di concorrenza e, segnatamente, nell'ambito dell'articolo 102 del TFUE, relativo al divieto di abuso di posizione dominante, essendo potenzialmente idonea a pregiudicare il commercio all'interno dell'Unione Europea.

416. Secondo la Comunicazione della Commissione Europea "*Linee direttrici sulla nozione di pregiudizio al commercio tra Stati membri di cui agli articoli 81 e 82 del Trattato*" (2004/C 101/07), il concetto di pregiudizio al commercio interno all'Unione Europea deve essere interpretato tenendo conto dell'influenza, diretta o indiretta, reale o potenziale, sui flussi commerciali tra gli Stati membri.

417. La condotta contestata appare idonea a restringere in maniera sensibile il commercio fra gli Stati membri, in violazione dell'articolo 102 del TFUE, in quanto interessa l'intero territorio nazionale, che è parte rilevante del mercato interno dell'Unione Europea, ostacolando l'attività di un concorrente, l'innovazione, lo sviluppo di nuovi modelli di *business* e il progresso tecnico. In tale ottica si evidenzia che Enel X Italia è attiva anche in altri Stati Membri e che Google è attiva in tutti gli altri Stati Membri.

VII. GRAVITÀ E DURATA DELL'INFRAZIONE

418. In merito alla gravità dell'infrazione si tiene conto di diversi fattori, quali la natura delle condotte, il ruolo e la rappresentatività sul mercato delle imprese coinvolte nonché il contesto nel quale l'infrazione è stata attuata.

419. La condotta contestata consiste in un abuso escludente i cui effetti investono il benessere del consumatore e la struttura del mercato e possono ostacolare l'innovazione nei servizi connessi alla mobilità elettrica forniti tramite *app*. Inoltre, la condotta contestata è idonea a influenzare lo sviluppo di un settore contiguo, vale a dire quello della mobilità elettrica, in una fase cruciale di avvio di quest'ultima, con riguardo allo sviluppo di una rete di infrastrutture per la ricarica delle auto elettriche adeguata alla fase di crescita ed evoluzione della domanda di servizi di ricarica, con delle ricadute anche su una più rapida diffusione dei veicoli elettrici e sulla transizione verso una mobilità più sostenibile dal punto visto ambientale.

420. La notorietà e la rilevanza economica di Google sono indiscusse. Come rilevato, Google è una delle quattro o cinque imprese cd. *Big Tech*, riconosciute come *leader* a livello mondiale nel settore degli apparati e dei servizi digitali. I prodotti di Google – il motore di ricerca che dà il nome al gruppo, YouTube, Android, Chrome, Google Play, Google Maps, Google Assistant e altri – sono famosi e utilizzati in tutto il mondo. Attraverso tali prodotti Google si rivolge ad una platea vastissima di utenti finali e ad una platea variegata e ugualmente ampia di utenti *business*. Google è, nei fatti, un assoluto protagonista di quella che viene definita economia digitale.

421. Il contesto di mercato nel quale si colloca la condotta contestata a Google si caratterizza per la forte innovazione e la rapida evoluzione. Inoltre, i settori nei quali la condotta di Google è idonea a produrre effetti sono quelli delle applicazioni digitali per l’offerta di servizi agli utenti finali – nel caso di specie servizi connessi alla ricarica elettrica forniti tramite *app* – e della mobilità elettrica: si tratta di settori destinati a crescere in futuro e sui quali si basano i piani di sviluppo “verde” e digitale dell’economia dell’Unione Europea.

422. In considerazione di quanto rilevato con riguardo alla natura della condotta, al ruolo e alla rappresentatività sul mercato di Google nonché al contesto di riferimento, si deve ritenere che la condotta contestata a Google integri una violazione molto grave delle norme poste a tutela della concorrenza.

423. In relazione alla durata dell’infrazione, si ritiene che essa sia iniziata almeno a far data dal 20 settembre 2018, quando Google ha opposto il primo rifiuto espresso a Enel X Italia. Infatti, fin dal primo rifiuto espresso Google ha adottato una condotta di chiusura rispetto alla richiesta di Enel X Italia non prospettando alcuna soluzione effettiva e tanto meno indicando una tempistica di realizzazione chiara e ragionevole.

424. L’infrazione è tuttora in atto in quanto Google non ha implementato una soluzione adeguata a consentire la pubblicazione della *app* sviluppata da Enel X Italia su Android Auto, in una versione definitiva e che mantenga le caratteristiche essenziali della medesima *app* (come evidenziate dalla richiesta dell’amministratore delegato di Enel X Italia del 21 dicembre 2018). Infatti, come sopra illustrato, il rilascio della versione *beta* del nuovo *template* che dovrebbe consentire lo sviluppo di una versione della *app* di Enel X Italia compatibile con Android Auto non equivale al rilascio della versione definitiva, che è la sola che può dare certezza circa la pubblicazione su Android Auto con le caratteristiche di accessibilità e facilità di uso previste per le *app* già presenti o pubblicabili su Android Auto. Inoltre, non è certo che il nuovo *template* (attualmente in versione *beta*) consenta il *set* di funzioni (comprensivo di prenotazione e avvio della ricarica) che Enel X Italia ha indicato come essenziale.

VIII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

425. L’articolo 15, comma 1, della legge n. 287/90 prevede che, nei casi di infrazioni gravi, tenuto conto della loro gravità e durata, l’Autorità disponga l’applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria, fino al dieci per cento del fatturato realizzato in ciascuna impresa o ente nell’ultimo esercizio chiuso anteriormente alla notificazione della diffida adottata ad esito di un procedimento istruttorio. Nel caso di specie, l’ammontare monetario di tale limite edittale è calcolato sul fatturato

consolidato realizzato a livello mondiale dalla società Alphabet Inc. che nell'anno 2020 è stato pari a circa 160 miliardi di euro (182,6 miliardi di dollari)⁴⁸⁰.

426. In via preliminare, si evidenzia che non ricorrono le circostanze di “*complessità del contesto giuridico e fattuale*” di riferimento e di “*novità della fattispecie*” invocate da Google a supporto della richiesta di applicazione di una sanzione simbolica o minima. In effetti, la disamina svolta sulla condotta di Google non riguarda questioni normative bensì questioni di tecnologia e interoperabilità delle quali Google ha piena cognizione e pieno controllo. Inoltre, la fattispecie contestata non riveste carattere di novità e tutte le nozioni richiamate sono consolidate in giurisprudenza.

427. Al fine di quantificare la sanzione occorre tenere presente quanto previsto dall'articolo 11 della legge n. 689/1981, come richiamato dall'articolo 31 della legge n. 287/90, nonché i criteri interpretativi enucleati nelle “*Linee Guida sulla modalità di applicazione dei criteri di quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate dall'Autorità in applicazione dell'articolo 15, comma 1, della legge n. 287/90*” (di seguito, Linee Guida)⁴⁸¹.

428. Ai sensi dell'articolo 11 della legge n. 689/1981, come richiamato dall'articolo 31 della legge n. 287/90, devono essere considerati la gravità della violazione, le condizioni economiche, il comportamento delle imprese coinvolte (personalità del soggetto) e le eventuali iniziative volte a eliminare o attenuare le conseguenze delle violazioni. Nel caso in esame si osserva quanto segue: l'infrazione contestata a Google rientra tra quelle molto gravi; Google è una delle principali imprese tecnologiche a livello mondiale e gode di una forza finanziaria relevantissima; a Google sono già state contestate tre condotte abusive da parte della Commissione Europea⁴⁸²; Google non ha posto in essere alcuna attività volta a limitare gli effetti della condotta oggetto del presente procedimento.

429. Per quanto riguarda il fatturato rilevante ai fini della sanzione, le Linee Guida prevedono che le sanzioni “*debbano essere calcolate a partire dal valore delle vendite dei beni o servizi oggetto, direttamente o indirettamente, dell'infrazione, realizzate dall'impresa nel mercato/i rilevante/i nell'ultimo anno intero di partecipazione alla stessa infrazione*” (punti 8 e 9 delle Linee Guida)⁴⁸³. Nel caso di specie, tale valore è costituito dal fatturato realizzato, a qualunque titolo, da Google in Italia relativamente ad Android, Google Play e Google Maps nell'anno 2020 (di seguito, fatturato rilevante). Infatti, Android e Google Play sono i prodotti ai quali si riferisce la posizione dominante di Google; Google Maps è il prodotto di Google che appartiene allo spazio competitivo nel quale si sono prodotti gli effetti dell'abuso contestato ed è il prodotto che, in ultima analisi, Google intende proteggere dalla pressione competitiva derivante dalla *app* di Enel X Italia.

430. Al fine di ottenere il valore numerico del fatturato rilevante come sopra individuato, è stato chiesto a Google di indicare:

- i valori del fatturato realizzato, a qualunque titolo, in Italia nel 2020, relativamente ad Android, Google Play e Google Maps;

⁴⁸⁰ Nel 2020 il tasso di cambio medio dollaro/euro è stato pari a 0,8768.

⁴⁸¹ Adottate con provvedimento dell'Autorità n. 25152 del 22 ottobre 2014.

⁴⁸² Si vedano decisioni della Commissione Europea del 27 giugno 2017 sul caso AT.39740 – Google Search (Shopping) e del 18 luglio 2018 sul caso AT.40099 – Google Android). Si veda altresì comunicato stampa della Commissione Europea relativo alla decisione del 20 marzo 2019 sul caso AT.40411 – Google Search (AdSense).

⁴⁸³ Detto valore sarà considerato al netto dell'IVA e delle altre imposte direttamente legate alle vendite.

- i criteri che si fosse reso necessario applicare per elaborare stime dei valori di fatturato richiesti⁴⁸⁴.

431. La risposta di Google alla suddetta richiesta di informazioni⁴⁸⁵ contiene dati di fatturato che appaiono non attendibili e comunque non sufficientemente rappresentativi rispetto alle informazioni contenute nel bilancio consolidato di Alphabet relativo al 2020. Inoltre, Google non ha reso disponibili i criteri concretamente applicati per la stima dei valori forniti cosicché non è possibile ripercorrere l'iter logico seguito da Google e tanto meno replicare i calcoli effettuati.

432. La non attendibilità e non sufficiente rappresentatività dei dati di fatturato forniti da Google emerge con chiarezza dal fatto che, mentre nella risposta alla richiesta di informazioni Google indica un fatturato nullo per Android, nel bilancio consolidato relativo al 2020 Google afferma che Android genera ricavi. Inoltre, dal medesimo bilancio si desume che Android è un prodotto che contribuisce alla generazione di ricavi di altri prodotti e, dunque, anche di Google Play e Google Maps; non essendo stati resi disponibili i criteri di stima adottati da Google per i ricavi di Google Play e Google Maps, non è possibile verificare se detti valori comprendano o meno il contributo riferibile ad Android.

433. In particolare, nelle sezioni del bilancio consolidato dedicate all'analisi dei ricavi, viene affermato che Android fa parte dei cd. Google Services, che comprendono (tra gli altri) Chrome, Google Search e YouTube nonché Google Play e Google Maps. I Google Services generano ricavi che sono principalmente – ma non esclusivamente – ricavi pubblicitari⁴⁸⁶.

434. Affermando che Android genera ricavi nell'ambito dei Google Services, il bilancio consolidato afferma, nella sostanza, che Android contribuisce ai ricavi che vengono imputati, da un punto di vista contabile, ad altri prodotti. Inoltre, la richiamata analisi dei ricavi non distingue a seconda della tipologia di dispositivo utilizzato dagli utenti così affermando una visione unitaria dell'attività di Google. Questa visione unitaria si ritrova nell'analisi dei rischi che incombono sull'attività di Google – analisi anche questa contenuta nel bilancio consolidato – laddove si afferma che l'attività di Google si fonda sulla capacità degli utenti di accedere a *Internet*⁴⁸⁷ e che vi è una crescente varietà di dispositivi attraverso i quali gli utenti accedono a *Internet*, tra cui vengono citati (tra gli altri) *desktop*, *smartphone*, dispositivi indossabili (cd. *wearable*), *smart tv* e automobili⁴⁸⁸. Si evidenzia che Android è il *software* di riferimento non solo per i dispositivi mobili intelligenti ma anche per dispositivi indossabili (cd. *wearable*), *smart tv* e automobili.

435. La visione unitaria dell'attività di Google, affermata nel bilancio consolidato, appare coerente con la caratteristica dei servizi digitali, spesso forniti a titolo gratuito, di utilizzare i dati generati dagli utenti come *input* per attività collaterali che generano ricavi (ad esempio, i servizi di

⁴⁸⁴ Si veda richiesta di informazioni a Google del 2 aprile 2021.

⁴⁸⁵ Si veda risposta di Google del 20 aprile 2021.

⁴⁸⁶ Nelle sezioni dedicate all'analisi dei ricavi Google individua tre macro-insiemi di attività: Google Services, Google Cloud e Other Bets. "*Google Services includes products and services such as ads, Android, Chrome, hardware, Google Maps, Google Play, Search, and YouTube. Google Services generates revenues primarily from advertising; sales of apps, in-app purchases, digital content products, and hardware; and fees received for subscription-based products such as YouTube Premium and YouTube TV*" (bilancio consolidato di Alphabet relativo al 2020, pagina 33 e pagina 90)

⁴⁸⁷ "*Our products and services depend on the ability of our users to access the Internet*" (bilancio consolidato di Alphabet relativo al 2020, pagina 17).

⁴⁸⁸ "*People access the Internet through a growing variety of devices such as desktop computers, mobile phones, smartphones, laptops and tablets, video game consoles, voice-activated speakers, wearables, automobiles, and television-streaming devices*" (bilancio consolidato di Alphabet relativo al 2020, pagina 14).

intermediazione della pubblicità sui siti *web*) e dunque di estrarre il valore economico dei medesimi dati⁴⁸⁹. In effetti, l'ampiezza della gamma di prodotti offerti da Google e la dichiarata finalità di seguire gli utenti nelle loro attività su *Internet* e/o basate su dispositivi digitali appaiono funzionali ad un'attività nel complesso basata sulla raccolta e sull'estrazione del valore economico dei dati generati dagli utenti.

436. Poiché i dati di fatturato forniti da Google non sono attendibili e non forniscono una rappresentazione adeguata del contributo di Android, Google Play e Google Maps al fatturato realizzato in Italia nel 2020, si ritiene necessario procedere ad una stima del fatturato rilevante, secondo quanto previsto al punto 9 delle Linee Guida. Detta stima parte dai dati e dalle informazioni contenute nel bilancio consolidato di Google relativo al 2020 per calcolare un fatturato rilevante che tenga conto dei ricavi generati dai Google Services, dell'incidenza dei ricavi realizzati in Italia e dell'incidenza dei ricavi relativi ad Android, Google Play e Google Maps.

437. I ricavi generati dai Google Services, cui appartengono Android, Google Play e Google Maps, ammontano nel 2020 a 168.635 milioni di dollari, corrispondenti a circa 147.859 milioni di euro⁴⁹⁰. Il bilancio consolidato di Google non contiene una ripartizione del fatturato per singoli Paesi, ad eccezione degli Stati Uniti, bensì fa riferimento a macro-regioni tra cui quella relativa a Europa, Medio Oriente e Africa (EMEA) alla quale è riferibile il 30% dei ricavi. In assenza di ulteriori informazioni circa l'incidenza del fatturato generato in Italia sui ricavi globali di Google, si ritiene di poter stimare detta incidenza pari a *[omissis]* in considerazione del fatto che l'Italia è tra i Paesi più densamente popolati della macro-area EMEA e che l'utilizzo di servizi e applicazioni digitali è largamente diffuso. La stima in questione appare proporzionata anche in ragione del fatto che coincide con quella indicata da Google⁴⁹¹.

In considerazione della rilevanza di Android sull'attività di Google e della consolidata e capillare diffusione di Google Play e Google Maps presso gli utenti finali, si ritiene di stimare l'incidenza cumulativa di detti prodotti sul fatturato complessivo generato dai Google Services pari al 10%. Tenuto conto dei ricavi generati dai Google Services, dell'incidenza dei ricavi realizzati in Italia e dell'incidenza dei ricavi relativi ad Android, Google Play e Google Maps, il fatturato rilevante è stimato pari a *[omissis]* euro.

438. Ai fini del calcolo dell'importo base della sanzione, si prende a riferimento il fatturato rilevante e si applica a tale importo una percentuale determinata in base alla gravità dell'infrazione e si moltiplica per la durata dell'infrazione stessa (punto 7). In particolare, la percentuale applicata al fatturato rilevante può raggiungere al più il 30% (punto 11 delle Linee Guida).

Nel caso di specie, in considerazione della gravità dell'infrazione e della necessità di assicurare un'effettiva deterrenza della sanzione, tenuto conto del fatto che Google controlla importanti punti

⁴⁸⁹ Sul valore economico dei dati si veda, ad esempio, Direttiva (UE) 2019/770 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 20 maggio 2019 relativa a determinati aspetti dei contratti di fornitura di contenuto digitale e di servizi digitali dove si legge "La fornitura di contenuti digitali o di servizi digitali spesso prevede che, quando non paga un prezzo, il consumatore fornisca dati personali all'operatore economico. Tali modelli commerciali sono utilizzati in diverse forme in una parte considerevole del mercato. ... La presente direttiva dovrebbe pertanto applicarsi ai contratti in cui l'operatore economico fornisce, o si impegna a fornire, contenuto digitale o servizi digitali al consumatore e in cui il consumatore fornisce, o si impegna a fornire, dati personali" (considerando 24).

⁴⁹⁰ Nel 2020 il tasso di cambio medio dollaro/euro è stato pari a 0,8768.

⁴⁹¹ Si veda risposta di Google del 20 aprile 2021. La richiesta di informazioni a Google del 2 aprile 2021 conteneva una specifica domanda sulla percentuale del fatturato realizzato in Italia rispetto al fatturato complessivo.

di accesso agli utenti finali e che la condotta contestata ha già comportato l'esclusione di un concorrente e potrà comportare ulteriori effetti a danno del benessere dei consumatori e di ostacolo al progresso tecnico, la percentuale applicata è pari a [10-20%].

La durata dell'infrazione è di 2 anni, 7 mesi e 7 giorni.

439. Al fine di conferire al potere sanzionatorio dell'Autorità il necessario carattere di effettiva deterrenza, l'Autorità può aggiungere all'importo base un ammontare supplementare, compreso tra il 15% e il 25% del fatturato rilevante (cd. *entry fee*), con specifico riferimento alle più gravi restrizioni della concorrenza, indipendentemente dalla loro durata e dalla loro effettiva attuazione (punto 17 delle Linee Guida).

Nel caso di specie, in considerazione della necessità di assicurare un'effettiva deterrenza della sanzione e tenuto conto del fatto che Google ha posto in essere una condotta molto grave, si ritiene di applicare un ammontare supplementare pari al [15-25%] del fatturato rilevante.

440. L'importo base della sanzione può essere modificato in aumento o in diminuzione per tenere conto di specifiche circostanze aggravanti o attenuanti con particolare riferimento al ruolo svolto nell'infrazione, alla condotta tenuta nel corso dell'istruttoria nonché il comportamento delle imprese coinvolte (personalità del soggetto) e le eventuali iniziative volte a eliminare o attenuare le conseguenze delle violazioni (punto 19 e ss. delle Linee Guida), anche alla luce di quanto previsto dall'art. 11 della legge n. 689/81.

Si ritiene che non ricorrano, nel caso in esame, né circostanze aggravanti né attenuanti. In particolare, la circostanza evidenziata da Google dell'esistenza di un parere legale interno, che escludeva profili di illecito nella condotta di Google e al quale questa si sarebbe attenuta, non può costituire una circostanza attenuante in quanto la condotta contestata si è protratta ben oltre l'avvio del presente procedimento a dimostrazione del fatto che Google non ha messo in discussione quel parere ma, al contrario, ha continuato ad improntare ad esso la propria condotta.

441. L'Autorità può incrementare la sanzione fino al 50% qualora l'impresa responsabile dell'infrazione abbia realizzato nell'ultimo esercizio chiuso anteriormente alla notificazione della diffida un fatturato totale a livello mondiale particolarmente elevato rispetto al valore delle vendite dei beni o servizi oggetto dell'infrazione oppure appartenga a un gruppo di significative dimensioni economiche (punto 25 delle Linee Guida).

Nel caso di specie, tenuto conto del fatto che Google ha realizzato nel 2020 un fatturato di circa 160 miliardi di euro e dell'assoluta rilevanza di Google a livello globale, si ritiene di applicare una maggiorazione pari al 50% dell'importo della sanzione.

442. L'importo della sanzione calcolato secondo quanto sopra indicato è pari a euro 102.084.433,91 (centoduemilionioottantaquattromilaquattrocentotrentatre/91 euro).

Detto importo risulta inferiore al limite edittale calcolato sul fatturato consolidato realizzato a livello mondiale dalla società Alphabet Inc. nell'anno 2020 ovvero, più specificamente, pari allo 0,064% di tale fatturato.

IX. IMPOSIZIONE DI OBBLIGHI IN CAPO A GOOGLE

443. Nel caso in esame, al fine di garantire l'effetto utile dell'azione *antitrust*, appare necessario impedire che la condotta contestata a Google continui a determinare l'esclusione di un concorrente potendo così comportare una modifica della struttura di mercato, la dispersione degli investimenti

in tecnologia di Enel X Italia, la riduzione strutturale dell'offerta per gli utenti finali anche in termini di diversità del modello di risposta alle loro esigenze nonché effetti pregiudizievoli sullo sviluppo della rete di infrastrutture per la ricarica delle auto elettriche. A tal fine, si ritiene necessario imporre alla medesima Google obblighi a realizzare specifiche attività volte a ripristinare tempestivamente un *level playing field* con riguardo alle *app* che offrono servizi connessi alla ricarica elettrica su Android Auto. Ciò in quanto, come chiaramente emerso dall'istruttoria, la definizione degli strumenti di programmazione per Android Auto e la tempistica del loro rilascio a favore degli sviluppatori terzi dipendono esclusivamente da Google.

444. Per quanto concerne il contenuto degli obblighi a fare da imporre a Google, occorre considerare che quest'ultimo ha sviluppato una versione *beta* di un nuovo *template* che dovrebbe consentire lo sviluppo di *app* per la ricarica elettrica. Ciò posto, permane incertezza su quando sarà rilasciata la versione definitiva di tale *template* e sull'effettiva idoneità dello stesso *template* a consentire lo sviluppo del *set* di funzioni, comprensivo della prenotazione e dell'avvio della ricarica, che Enel X Italia ritiene indispensabile (secondo quanto indicato dall'amministratore delegato di Enel X Italia nella richiesta di una risposta scritta e definitiva del 21 dicembre 2018). Inoltre, Google ha indicato nello sviluppo di un *template* la soluzione tecnica più appropriata a consentire la pubblicazione della *app* di Enel X Italia su Android Auto, mentre lo sviluppo di tale *app* come *app* personalizzata (*custom app*) è stata ritenuta non realizzabile nel concreto.

445. Per quanto concerne le modalità di definizione e, successivamente, di monitoraggio degli obblighi da imporre a Google, considerato il carattere marcatamente tecnico dei medesimi obblighi, si ritiene necessario che l'Autorità si avvalga della consulenza di un fiduciario (soggetto preposto all'attuazione e al monitoraggio degli obblighi). Questi dovrà:

- trovarsi in una posizione di indipendenza rispetto a Google e alle società controllate;
- possedere le qualifiche necessarie per svolgere il suo mandato, e in particolare avere una comprovata conoscenza ed esperienza in materia di sviluppo di applicazioni;
- non essere, né essere stato esposto, a un conflitto di interessi rispetto a Google e alle società controllate e in particolare non aver ricoperto alcun incarico significativo per conto di Google nell'anno precedente la propria nomina.

446. Il fiduciario per l'attuazione e il monitoraggio degli obblighi dovrà svolgere le seguenti attività:

- nel caso in cui Google non abbia già provveduto a rilasciare la versione definitiva del *template* per lo sviluppo di *app* per la ricarica elettrica, presentare una relazione in ordine al tempo necessario a che ciò avvenga, ai fini dell'approvazione da parte dell'Autorità;
- valutare se il suddetto *template* sia idoneo a consentire lo sviluppo della *app* JuicePass per Android Auto comprensiva di tutte le funzionalità, ulteriori rispetto a quelle di ricerca e navigazione, ritenute essenziali (secondo la richiesta dell'amministratore delegato di Enel X Italia di una risposta scritta e definitiva risalente al 21 dicembre 2018) ovvero se si renda necessario implementare le funzionalità mancanti integrando il *template* o sviluppandone uno nuovo, presentando una relazione da sottoporre all'approvazione Autorità;
- nel caso in cui si renda necessario sviluppare funzionalità ulteriori del *template*, redigere un piano delle azioni necessarie con l'indicazione della relativa tempistica da sottoporre all'approvazione dell'Autorità;

- monitorare ogni attività di Google con riguardo al rilascio del *template* definitivo ed eventualmente allo sviluppo di ulteriori funzionalità;
- agire come punto di contatto per ogni richiesta proveniente da Enel X Italia in relazione agli obblighi imposti;
- osservare le indicazioni dell'Autorità in ordine all'attività di verifica dell'attuazione e del monitoraggio degli obblighi;
- trasmettere all'Autorità relazioni mensili sull'attività svolta con riguardo all'attuazione e al monitoraggio degli obblighi imposti a Google; nella prima relazione il fiduciario dovrà indicare un dettagliato piano di lavoro e nelle successive relazioni illustrare le eventuali questioni relative al piano di lavoro e le modifiche al medesimo piano;
- informare l'Autorità della piena attuazione degli obblighi;
- informare tempestivamente l'Autorità di eventuali fatti salienti relativi agli obblighi imposti a Google.

447. Il nominativo, il *curriculum* e il mandato del fiduciario per l'attuazione e il monitoraggio degli obblighi dovranno essere preventivamente approvati dall'Autorità. A tal fine, Google dovrà far pervenire all'Autorità una proposta per la nomina di un fiduciario entro trenta giorni dalla notifica del presente provvedimento specificando altresì i criteri seguiti per la determinazione del compenso. La proposta deve contenere informazioni sufficienti per consentire all'Autorità di verificare che il soggetto proposto come fiduciario soddisfi i requisiti sopra specificati e deve includere:

- i) i termini del mandato proposto, che comprenderanno tutte le disposizioni necessarie per consentire al fiduciario di adempiere ai suoi obblighi;
- ii) lo schema di un piano di lavoro che descrive come il fiduciario svolgerà i compiti assegnati.

L'Autorità ha la facoltà di approvare o respingere la scelta del fiduciario proposto e di approvare il mandato proposto o di modificarlo opportunamente al fine di consentire al fiduciario di svolgere le proprie funzioni.

Il compenso del fiduciario sarà a carico di Google.

448. Fermo restando l'apporto del fiduciario per l'attuazione e il monitoraggio degli obblighi nella puntuale definizione degli obblighi, Google dovrà, in primo luogo, **(a)** rilasciare senza indugio la versione definitiva del *template* per lo sviluppo di *app* per la ricarica elettrica e, in secondo luogo, laddove detto *template* non consenta lo sviluppo della *app* di Enel X Italia comprensiva delle funzioni che questa ha indicato come essenziali, **(b)** completare il suddetto *template* con le funzionalità mancanti ovvero svilupparne uno nuovo comprensivo delle medesime funzionalità.

L'obbligo *sub b)* ha carattere eventuale in quanto dovrebbe applicarsi solo nel caso in cui il *template* per lo sviluppo di *app* per la ricarica elettrica non consentisse lo sviluppo di una versione per Android Auto della *app* JuicePass comprensiva di tutte le funzionalità, ulteriori rispetto a quelle di ricerca e navigazione, ritenute essenziali da Enel X Italia, vale a dire la prenotazione e l'avvio della sessione di ricarica (secondo quanto indicato dall'amministratore delegato di Enel X Italia nella richiesta del 21 dicembre 2018 di una risposta scritta e definitiva).

Inoltre, Google dovrà consentire al fiduciario per l'attuazione e il monitoraggio degli obblighi l'accesso a tutte le informazioni e a tutte le risorse necessarie per lo svolgimento del compito assegnato. Google dovrà altresì prestare al medesimo fiduciario la collaborazione e l'assistenza che saranno richieste.

449. Gli obblighi sopra indicati appaiono, nel loro complesso, necessari e proporzionati rispetto all'obiettivo del tempestivo ripristino di un *level playing field* con riguardo alle *app* che offrono servizi connessi alla ricarica elettrica su Android Auto, anche in considerazione della già rilevante durata della condotta in esame nel contesto della rapida evoluzione dei mercati tecnologici interessati. Infatti, l'obbligo *sub a)* serve ad assicurare che Enel X Italia, così come gli altri sviluppatori di *app* di servizi connessi alla ricarica elettrica, possano, in un breve lasso di tempo, sviluppare le relative *app*, secondo un *template* definitivo e con tempi certi di pubblicazione; l'obbligo *sub b)* è solo eventuale e serve ad assicurare che la *app* JuicePass per Android Auto comprenda tutte le funzioni, ulteriori rispetto a quelle di ricerca e navigazione, che Enel X Italia ha indicato come necessarie (vale a dire prenotazione e avvio della sessione di ricarica).

450. Inoltre, alla luce di quanto emerso dall'istruttoria, non è possibile individuare obblighi diversi, o comunque meno stringenti, che assicurino i medesimi risultati, anche con riferimento al requisito della tempestività, particolarmente rilevante nel contesto dei mercati interessati. Infatti, gli obblighi *sub a)* e *sub b)* si basano su un'attività di sviluppo che Google sta già svolgendo (*template* in versione *beta*) e riguardano lo strumento di programmazione (*template*) che Google ha indicato come il solo proporzionato a consentire la pubblicazione di nuove tipologie di *app* su Android Auto.

Tutto ciò premesso e considerato:

DELIBERA

a) che la condotta posta in essere da Alphabet Inc., Google LLC e Google Italy S.r.l., consistente nell'ostacolare e procrastinare la pubblicazione della *app* sviluppata da Enel X Italia sulla piattaforma Android Auto, costituisce un abuso di posizione dominante in violazione dell'articolo 102 del TFUE;

b) che Alphabet Inc., Google LLC e Google Italy S.r.l. pongano immediatamente fine ai comportamenti distorsivi della concorrenza di cui alla precedente lettera a) e si astengano in futuro dal porre in essere comportamenti analoghi a quelli oggetto dell'infrazione accertata al punto precedente;

c) che Alphabet Inc., Google LLC e Google Italy S.r.l. diano prontamente attuazione agli obblighi indicati alla sezione IX del presente provvedimento e, pertanto,

c1) rilascino la versione definitiva del *template* per lo sviluppo di *app* per la ricarica elettrica;

c2) laddove il suddetto *template* non consenta lo sviluppo della *app* di Enel X Italia comprensiva delle funzioni indicate come essenziali (secondo la richiesta dell'amministratore delegato di Enel X Italia di una risposta scritta e definitiva risalente al 21 dicembre 2018), procedano allo sviluppo delle funzionalità mancanti integrando il suddetto *template* ovvero sviluppandone uno nuovo;

c3) entro trenta giorni dalla notifica del presente provvedimento, trasmettano all'Autorità una proposta di nomina del fiduciario per l'attuazione e il monitoraggio degli obblighi – comprensiva di nominativo, *curriculum*, mandato, schema di piano di lavoro e criteri per la determinazione del compenso – secondo quanto indicato nella sezione IX del presente provvedimento. La nomina del fiduciario dovrà essere preventivamente approvata dall'Autorità;

c4) consentano al fiduciario per l'attuazione e il monitoraggio degli obblighi l'accesso a tutte le informazioni e a tutte le risorse necessarie per lo svolgimento del compito assegnato e prestino la collaborazione e l'assistenza che saranno richieste;

d) di irrogare, in solido, alle società Alphabet Inc., Google LLC e Google Italy S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria complessiva pari a euro 102.084.433,91 (centoduemilionioottantaquattromilaquattrocentotrentatre/91 euro);

e) che Alphabet Inc., Google LLC e Google Italy S.r.l. diano comunicazione all'Autorità delle iniziative adottate per ottemperare a quanto richiesto alle precedenti lettere b) e c) trasmettendo una specifica relazione scritta, entro novanta giorni dalla notifica del presente provvedimento e successivamente con cadenza trimestrale fino a che non venga data piena attuazione agli obblighi di cui al punto c).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera d) deve essere pagata entro il termine di novanta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet www.agenziaentrate.gov.it*, ovvero tramite bonifico (in euro) a favore del Bilancio dello Stato, utilizzando il codice IBAN IT04A0100003245348018359214 (codice BIC: BITAITRRENT), che corrisponde alla terna contabile 18/3592/14.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo. Degli avvenuti pagamenti deve essere data immediata comunicazione all'Autorità, attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell'articolo 26 della medesima legge, le imprese che si trovano in condizioni economiche disagiate possono richiedere il pagamento rateale della sanzione.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'articolo

8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

OPERAZIONI DI CONCENTRAZIONE

C12358 - CELLNEX ITALIA/CK HUTCHISON NETWORKS ITALIA

Provvedimento n. 29646

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 27 aprile 2021;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287 e, in particolare, l'articolo 16, comma 8;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la propria delibera n. 28619 del 30 marzo 2021, con cui è stata avviata un'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, nei confronti delle società Cellnex Italia S.p.A. e CK Hutchinson Networks Italia S.p.A.;

VISTA la propria comunicazione del 23 aprile 2021, con la quale si richiedevano alle società Cellnex Italia S.p.A. e CK Hutchinson Networks Italia S.p.A., ai sensi dell'articolo 14, comma 2, della legge n. 287/90 e dell'articolo 9, comma 1, del D.P.R. n. 217/98, informazioni necessarie ai fini della valutazione dell'operazione di concentrazione, da trasmettersi entro il 27 aprile 2021;

VISTA la comunicazione pervenuta in data 26 aprile 2021, con la quale le società Cellnex Italia S.p.A. e CK Hutchinson Networks Italia S.p.A. hanno rappresentato l'impossibilità a fornire nei tempi richiesti alcune informazioni e, di conseguenza, hanno richiesto una proroga di quattordici giorni del termine per fornire le suddette informazioni;

CONSIDERATO che le informazioni richieste, necessarie ai fini della valutazione del caso, non potranno essere acquisite nei termini previsti e, quindi, compiutamente valutate entro l'attuale termine di conclusione del procedimento;

CONSIDERATA la necessità di assicurare alle Parti il più ampio esercizio del diritto di difesa al fine di garantire appieno il diritto al contraddittorio;

RITENUTO, pertanto, necessario prorogare il termine di conclusione del procedimento ai sensi dell'articolo 16, comma 8, della legge n. 287/90;

DELIBERA

di prorogare di quattordici giorni il termine di conclusione del procedimento di cui alla lettera e) del provvedimento n. 28619 del 30 marzo 2021.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati ai sensi dell'articolo 16, comma 3, del D.P.R. n. 217/1998.

Il presente provvedimento sarà pubblicato sul Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

per IL PRESIDENTE
il Componente anziano
Gabriella Muscolo

ATTIVITA' DI SEGNALAZIONE E CONSULTIVA

AS1743 - ACQUALATINA/BANDO DI GARA PER RECAPITO DELLE FATTURE DEL SERVIZIO IDRICO INTEGRATO

Roma, 15 febbraio 2021

Acqualatina S.p.A.

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella propria riunione del 9 febbraio 2021, ha deliberato di esprimere il parere ai sensi dell'art. 21-*bis* della legge 10 ottobre 1990, n. 287, con riguardo al bando, pubblicato in Gazzetta Ufficiale in data 18 dicembre 2020 e sul sito www.acqualatina.tuttogare.it in data 14 dicembre 2020, della gara d'appalto, indetta da Acqualatina S.p.A. (di seguito, Acqualatina o Stazione Appaltante), per l'affidamento del servizio di stampa, imbustamento e recapito delle fatture, dei solleciti di pagamento e delle altre comunicazioni relative al servizio idrico integrato agli utenti Acqualatina, nonché della rendicontazione delle relative fasi di lavorazione.

In particolare, l'atto in questione, con il quale Acqualatina ha definito le modalità e le condizioni di partecipazione alla procedura di gara *de qua* nonché i criteri di valutazione applicabili, presenta alcuni profili suscettibili di porsi in potenziale conflitto con i principi di libera concorrenza e parità di trattamento e non discriminazione tra operatori economici.

L'Autorità, in primo luogo, ha ritenuto che la previsione, contenuta nella documentazione di gara, in particolare, nel Disciplinare di gara, all'art. 6, rubricato "Requisiti minimi per l'ammissione alla gara", al punto 6B), titolato "Requisiti di capacità economico – finanziaria e tecnica", *i.e.* i requisiti B.1.1, B.1.2 e B.1.3, si presenta lesiva della concorrenza e del *favor participationis*, sulla base delle argomentazioni che seguono.

I suddetti requisiti attengono a fatturati minimi specifici per il servizio di stampa e imbustamento e per il servizio di recapito, che devono essere stati conseguiti negli ultimi tre esercizi (requisiti B.1.1 e B.1.2) e all'esecuzione negli ultimi tre anni di distinti contratti di punta per il servizio di stampa e imbustamento e per il servizio di recapito (requisito B.1.3) per determinati importi di rilevante valore, tenuto, peraltro, conto del valore della gara. La richiesta del contemporaneo soddisfacimento di questi requisiti particolarmente stringenti e specifici e, pertanto, di non comune possesso, fa sì che possa essere ostacolata la piena partecipazione degli operatori postali alla procedura di gara *de qua*.

L'Autorità, in secondo luogo, ha ritenuto le previsioni contenute sempre nel Disciplinare di gara all'art. 7-bis, lett. k, che prevede che il concorrente dovrà *“garantire il servizio di recapito diretto, di cui all'art. 4, del capitolato speciale di appalto tecnico prestazionale, nel limite minimo dell'90%”* precisando che *“al di sotto di tale soglia (90%), l'offerta presentata dal concorrente non potrà essere considerata valida e pertanto la stessa verrà esclusa dalla procedura di gara”* e all'art. 8, relativo ai criteri di aggiudicazione, che prevede che *“una volta terminata la c.d. prima riparametrazione, per il solo punteggio tecnico attribuito al servizio di recapito, si procederà con il livellamento del punteggio ottenuto, sulla base della percentuale (%) di copertura dei CAP garantita dal Concorrente nel Modello B”*, siano anch'esse ingiustificatamente discriminatorie e non rispondenti all'esigenza di favorire la più ampia partecipazione dei potenziali operatori interessati, così da porsi in contrasto con i principi di non discriminazione e parità di trattamento.

Ciò in quanto la previsione di un coefficiente di copertura minimo pari al 90% appare suscettibile di pregiudicare il corretto dispiegarsi delle dinamiche competitive nell'espletamento della procedura di gara, tenuto conto che questa copertura territoriale si presenta eccessivamente elevata e tale da avvantaggiare i soli operatori postali che possono garantire una simile copertura capillare del territorio, vuoi perché particolarmente strutturati, come il Fornitore del Servizio Universale, vuoi perché radicati nel territorio.

Non mitiga, poi, tale effetto pregiudizievole la circostanza che tale previsione non costituisca un requisito di partecipazione, ma una condizione di esecuzione del servizio, che assume rilievo solo nella fase esecutiva del contratto e che riguarderebbe solo parte dei servizi.

Ciò in considerazione dei possibili ostacoli che gli operatori sprovvisti della condizione in questione al momento della partecipazione possono incontrare nell'implementazione e nell'ampliamento successivo della propria rete postale.

Infine, l'Autorità ha ritenuto la definizione di un unico lotto funzionale di gara suscettibile di limitare la partecipazione degli operatori.

Da un punto di vista merceologico, la previsione di un unico lotto funzionale che ricomprende servizi afferenti a diverse fasi, in un'ottica di *bundling*, sebbene possa presentare vantaggi per la stazione appaltante in quanto essa avrebbe un unico referente per l'espletamento dell'intero servizio postale, non appare giustificata da particolari economie conseguibili e si pone in contrasto con l'esigenza di favorire la più ampia partecipazione possibile alla procedura di gara.

Gli appalti dovrebbero essere suddivisi in lotti funzionali attraverso i quali affidare separatamente i servizi a monte ed a valle del servizio postale, e, in un diverso lotto, il servizio postale, anche in considerazione del valore della gara. Ciò in quanto la suddivisione degli appalti in lotti funzionali, al fine di favorire il più ampio accesso al mercato, è da annoverarsi tra i principi dell'affidamento dei contratti pubblici.

Pertanto, l'Autorità invita codesta Stazione Appaltante a porre in essere le misure correttive ritenute più opportune e adeguate a ripristinare le corrette dinamiche concorrenziali rispetto all'affidamento del servizio di stampa, imbustamento e recapito delle fatture, dei solleciti di pagamento e delle altre comunicazioni relative al servizio idrico integrato agli utenti Acqualatina, nonché della rendicontazione delle relative fasi di lavorazione.

Ai sensi dell'articolo 21-bis, comma 2, della legge n. 287/90, codesta Stazione Appaltante dovrà comunicare all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla ricezione del presente parere, le determinazioni assunte per rimuovere le violazioni della concorrenza sopra esposte. Laddove entro

il suddetto termine tali iniziative non dovessero risultare conformi ai principi concorrenziali sopra espressi, l'Autorità potrà presentare ricorso entro i successivi trenta giorni.

Il presente parere verrà pubblicato sul Bollettino dell'Autorità ai sensi dell'art. 26 della legge n. 287/90.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

Comunicato in merito alla decisione dell'Autorità di non presentare ricorso avverso al Bando della gara d'appalto, indetta da Acqualatina S.p.A., per l'affidamento del servizio di stampa, imbustamento e recapito delle fatture, dei solleciti di pagamento e delle altre comunicazioni relative al servizio idrico integrato agli utenti di Acqualatina S.p.A., nonché della rendicontazione delle relative fasi di lavorazione.

Nella propria riunione del 9 febbraio 2021, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha deliberato di inviare un parere motivato ai sensi dell'articolo 21-*bis* della legge 10 ottobre 1990, n. 287, pubblicato in calce alla presente comunicazione, in merito a talune previsioni contenute del Bando della gara d'appalto, indetta da Acqualatina S.p.A., per l'affidamento del servizio di stampa, imbustamento e recapito delle fatture, dei solleciti di pagamento e delle altre comunicazioni relative al servizio idrico integrato agli utenti Acqualatina S.p.A., nonché della rendicontazione delle relative fasi di lavorazione.

A seguito della ricezione del parere motivato, la società Acqualatina S.p.A., con comunicazione dell'8 aprile 2021, ha comunicato all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato le proprie osservazioni in relazione alle previsioni del bando di gara oggetto del parere motivato, anche con riferimento a quanto previsto dal D.Lgs. n. 50/2016, Codice dei Contratti Pubblici, e all'evoluzione giurisprudenziale.

Preso atto delle informazioni pervenute, che hanno fornito elementi idonei a superare i rilievi concorrenziali evidenziati nel suddetto parere motivato, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella propria riunione del 27 aprile 2021, ha ritenuto che siano venuti meno i presupposti per un'eventuale impugnazione dinanzi al giudice amministrativo degli atti contestati.

AS1744 - REGIONE SARDEGNA - CONTRIBUTI PER ORGANISMI OPERANTI NEI SETTORI CINEMA E AUDIOVISIVO

Roma, 18 febbraio 2021

Regione Sardegna
Assessorato della Pubblica Istruzione, Beni
Culturali, Informazione, Spettacolo e Sport
Fondazione Sardegna Film Commission

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua riunione del 9 febbraio 2021, ha deliberato di esprimere il proprio parere, ai sensi dell'articolo 21-bis della legge 10 ottobre 1990, n. 287, relativamente all'Avviso di preinformazione "*Avviso pubblico Contributo forfettario una tantum a favore delle imprese e degli organismi che operano nel settore del cinema e dell'audiovisivo e gestiscono una o più sale per far fronte alle spese sostenute durante i periodi di chiusura dovuti alla pandemia ed ai mancati incassi*", nonché a ogni altro atto ad esso presupposto, connesso e conseguente.

Tale Avviso informa che, al fine di contenere il perdurare degli effetti negativi dell'emergenza epidemiologica nel settore cinematografico, la Fondazione Sardegna Film Commission provvederà a indire un Avviso pubblico per l'erogazione dei contributi previsti dell'articolo 10, comma 15, della Legge Regionale 15 dicembre 2020, n. 30. Quest'ultimo stabilisce che le economie, pari a euro 250.000, derivanti dalla chiusura del bando "*Contributi all'esercizio cinematografico per la promozione della cultura cinematografica*" di cui all'articolo 15 della legge regionale 20 settembre 2006, n. 15 (Norme per lo sviluppo del cinema in Sardegna), sono riprogrammate per essere assegnate a favore delle imprese e degli organismi che operano nel settore del cinema e dell'audiovisivo e gestiscono una o più sale, quale contributo forfettario *una tantum*, per far fronte alle spese sostenute durante i periodi di chiusura dovuti alla pandemia ed ai mancati incassi.

Il preavviso di informazione, pubblicato sul sito della Fondazione Sardegna Film Commission in data 31 dicembre 2020 e portato all'attenzione dell'Autorità con segnalazione pervenuta il 20 gennaio 2021, specifica che saranno ammessi a ricevere l'erogazione coloro che, alla presentazione della domanda, avranno sede legale e sede operativa attiva in Sardegna.

L'Autorità, sul punto, intende svolgere le seguenti considerazioni.

Il menzionato preavviso di informazione integra un profilo di restrittività chiaramente in contrasto con i principi di concorrenza ed è idoneo altresì a pregiudicare il buon funzionamento del mercato interno.

Infatti, limitare la concessione di un beneficio economico soltanto alle imprese che, cumulativamente, abbiano sede legale e operativa in un dato territorio, causa una discriminazione tra imprese che sono in concorrenza nello stesso mercato – di ampiezza locale, nel caso di specie¹ – per effetto dell’indebita esclusione di quelle che hanno sede legale fuori Regione. In particolare, l’esclusione dal beneficio potrebbe compromettere la permanenza sul mercato di esercenti cinematografici capaci di “restituire” al tessuto economico regionale i frutti del beneficio ricevuto, i quali contribuiscono all’ampiezza delle opportunità di scelta per i consumatori nell’ambito locale interessato. Su questi ultimi, pertanto, ricadrebbe, in ultima analisi, il pregiudizio arrecato dalla distorsione concorrenziale in esame.

Si tratta di un profilo più volte censurato dall’Autorità in precedenti interventi di *advocacy*, in cui è stato evidenziato che requisiti territoriali quali quello in esame costituiscono “*un freno ingiustificato e artificioso allo sviluppo dimensionale delle imprese*” e che la previsione di un requisito legato alla sede legale appare idoneo a escludere operatori con sede legale e/o altre sedi operative fuori dalla Regione interessata, “*producendo una compartimentazione a livello di mercato limitata agli ambiti regionali*”. L’Autorità ha, al tempo stesso, ritenuto giustificabile, sul piano *antitrust*, che, “*in un’ottica di rispetto dei limiti di competenza territoriale, gli enti concedano l’utilizzo dei propri fondi ... a favore esclusivamente di imprese operanti nel territorio (...), purché, ovviamente, ciò non costituisca una barriera all’ingresso*” di soggetti che operano in ambito regionale, pur avendo sede legale fuori dalla Regione².

Simili misure si pongono, altresì, in evidente contrasto con la disciplina europea sull’instaurazione e il buon funzionamento del mercato interno in quanto idonee a precludere l’accesso ai sussidi in esame a soggetti che – pur svolgendo in via stabile e continuativa la loro attività economica sul medesimo mercato dei beneficiari di tali sussidi – abbiano stabilito la loro sede principale in un altro Paese membro dell’Unione Europea, esercitando la loro libertà di stabilimento garantita dagli articoli 49 e seguenti del Trattato sul Funzionamento dell’Unione Europea (TFUE). Sotto questo profilo, impregiudicata la valutazione della Commissione Europea in ordine alla compatibilità con l’articolo 107 del TFUE della misura in esame, essa appare non rispettosa della disciplina europea sui sussidi pubblici secondo la quale un asserito aiuto di Stato non può ritenersi compatibile con il mercato interno laddove violi altre disposizioni del Trattato.

In particolare, il preavviso di informazione, pubblicato sul sito della Fondazione Sardegna Film Commission in data 31 dicembre 2020, nella misura in cui riconosce contributi pubblici unicamente agli operatori economici aventi cumulativamente sede legale e operativa nel territorio della Regione,

¹ In merito al mercato della proiezione cinematografica nelle sale, l’Autorità ha ritenuto che lo stesso, sotto il profilo geografico, abbia dimensione locale, commisurata al bacino di utenza delle singole sale (cfr. Relazione annuale sullo stato della concorrenza nel settore della distribuzione cinematografica, ai sensi dell’articolo 31, comma 4, della legge 14 novembre 2016 n. 220, anno 2019, disponibile su <https://www.agcm.it/articoli-standard?id=9e1279ab-9f0d-44d1-8969-191266420871&parent=Relazioni%20annuali%20distribuzione%20cinematografica&parentUrl=/pubblicazioni/relazioni-annuali-distribuzione-cinematografica>).

² Cfr. da ultimo il parere motivato ex articolo 21-bis AS1715, del 13 ottobre 2020 “*Friuli Venezia Giulia - Criteri e modalità per la concessione di contributi a ristoro dei danni causati dall’emergenza covid-19*”. Si vedano altresì il parere motivato ex articolo 21-bis AS1090 del 24 luglio 2013, “*Regione Veneto. Modalità di utilizzo del fondo di garanzia*”, cui è seguito l’adeguamento della Regione interessata che ha eliminato il riferimento al requisito territoriale legato alla sede operativa, in Boll. n. 43/2013; il parere motivato AS920 del 14 marzo 2012, “*Regione Abruzzo – Disposizioni di attuazione per la concessione dei contributi in conto interessi per integrazione dei fondi rischi*”, relativo alla previsione del requisito territoriale della sola sede legale nella Regione, in Boll. n. 11/2012.

appare idoneo a limitare indebitamente la platea dei soggetti che possono beneficiarne, in applicazione di criteri discriminatori su base territoriale, contrari agli articoli 3, 41 e 117, comma 2, lett. e), Cost., agli articoli 49 e seguenti del TFUE in materia di libertà di circolazione e stabilimento, nonché alle norme di liberalizzazione intervenute proprio per sancire e tutelare la libertà di iniziativa economica, riconducibili agli articoli 10 e 12 del Decreto Legislativo 26 marzo 2010, n. 59, che recepisce la c.d. Direttiva Servizi, e all'articolo 34 del Decreto-Legge 6 dicembre 2011, n. 201 (c.d. Decreto Salva Italia), in forza del quale *“ogni misura adottata dai pubblici poteri e idonea a incidere sul libero gioco della concorrenza è giustificata solo ove si dimostri che la stessa è necessaria e adeguata rispetto alla finalità di interesse pubblico perseguita, nel senso che tale finalità non può trovare realizzazione attraverso misure alternative meno invasive”*.

Ai sensi dell'articolo 21-bis, comma 2, della legge n. 287/90, la Fondazione Sardegna Film Commission dell'Assessorato della Pubblica Amministrazione, Beni Culturali, Informazione, Spettacolo e Sport della Regione Sardegna dovrà comunicare all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla ricezione del presente parere, le iniziative adottate per rimuovere la violazione della concorrenza sopra esposta. Laddove entro il suddetto termine tali iniziative non dovessero risultare conformi ai principi concorrenziali sopra espressi, l'Autorità potrà presentare ricorso entro i successivi trenta giorni.

Il presente parere sarà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

Comunicato in merito all'adeguamento della Regione Sardegna al parere ex articolo 21-bis della legge 10 ottobre 1990, n. 287, in merito all'avviso di pre-informazione *“Avviso pubblico Contributo forfettario una tantum a favore delle imprese e degli organismi che operano nel settore del cinema e dell'audiovisivo e gestiscono una o più sale per far fronte alle spese sostenute durante i periodi di chiusura dovuti alla pandemia ed ai mancati incassi”* pubblicato dalla Fondazione Sardegna Film Commission

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella riunione del 4 maggio 2021, ha deciso che non impugnerà davanti al TAR competente l'avviso di pre-informazione in oggetto in considerazione delle iniziative adottate dalla Regione Sardegna.

Il menzionato preavviso presentava profili di criticità concorrenziali evidenziati dall'Autorità nel proprio parere motivato ai sensi dell'articolo 21-bis della legge n. 287/1990, adottato in data 9 febbraio 2021, nella misura in cui circoscriveva la concessione dei contributi soltanto alle imprese del cinema e dell'audiovisivo che, cumulativamente, avessero sede legale e operativa nel territorio della Regione.

Al riguardo, nel citato parere motivato, l'Autorità rilevava che l'atto della Regione Sardegna comportasse una discriminazione tra imprese che sono in concorrenza nello stesso mercato – di

ampiezza locale, nel caso di specie – con l’indebita esclusione di quelle che hanno sede legale fuori Regione.

Con comunicazione del 12 marzo 2021, la Regione Sardegna ha rappresentato di aver provveduto, in data 10 febbraio 2021, alla definizione e alla pubblicazione sul proprio sito dell’*“Avviso pubblico – Contributo forfettario una tantum a favore delle imprese e degli organismi che operano nel settore del cinema e dell’audiovisivo e gestiscono una o più sale per far fronte alle spese sostenute durante i periodi di chiusura dovuti alla pandemia ed ai mancati incassi”* modificato al fine di eliminare dai requisiti per l’accesso al contributo quello relativo alla sede legale nel territorio della Regione.

Preso atto della modifica apportata dalla Regione a seguito della ricezione del suddetto parere motivato, nella propria riunione del 4 maggio 2021, l’Autorità ha ritenuto che siano venuti meno i presupposti per l’impugnazione degli atti contestati.

AS1745 – ATEM DI RIMINI - BANDO DI GARA PER L’AFFIDAMENTO IN CONCESSIONE DEL SERVIZIO DI DISTRIBUZIONE DEL GAS NATURALE

Roma, 26 febbraio 2021

Comune di Rimini
Stazione appaltante ATEM Rimini

L’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella propria riunione del 23 febbraio 2021, ha deliberato di esprimere il parere ai sensi dell’art. 21-*bis* della legge 10 ottobre 1990, n. 287, con riguardo al bando e al disciplinare di gara per l’affidamento in concessione del servizio di distribuzione del gas naturale nell’Ambito Territoriale Minimo (A.T.E.M.) di Rimini, pubblicato in G.U. in data 30 dicembre 2020, n. 152.

In particolare, gli atti in questione, con i quale codesta Amministrazione ha definito i requisiti, le condizioni e le modalità di partecipazione alla gara d’ATEM, nonché i criteri di valutazione delle offerte, presentano numerosi aspetti suscettibili di confliggere con i principi di libera concorrenza, parità di trattamento e non discriminazione.

In primo luogo, l’Autorità osserva che gli atti di gara si discostano, per numerosi profili e in modo non motivato, dai contenuti del bando di gara tipo e del disciplinare tipo di cui al DM 12 novembre 2011, n. 226, recante “*Regolamento per i criteri di gara e per la valutazione dell’offerta per l’affidamento del servizio della distribuzione del gas naturale, in attuazione dell’art. 46-bis del decreto-legge 1 ottobre 2007, n. 159, convertito in legge, con modificazioni, dalla legge 29 novembre 2007, n. 222*” (di seguito, decreto n. 226/2011).

In tal senso, si osserva che il Bando, senza alcuna giustificazione, prevede il riferimento ad annualità diverse e più risalenti rispetto a quelle previste nel bando di gara tipo, tanto per il numero di punti di riconsegna attivi considerato dalla stazione appaltante per il calcolo dei requisiti di capacità tecnica ai fini della partecipazione alla gara, quanto per i dati significativi dell’impianto di distribuzione dei diversi comuni che compongono l’ATEM di cui all’allegato B al bando di gara, quanto infine per il numero di addetti alla gestione e il numero di clienti per i Comuni di cui all’Allegato C al bando di gara. Analogamente, si riscontra la mancata indicazione, pure prevista dall’art. 9, comma 6, lettera f), del decreto n. 226/2011, della ripartizione per Comune dell’elenco del personale uscente addetto alla gestione dell’impianto di distribuzione.

Sempre in relazione agli scostamenti dai documenti tipo che possono tradursi in ostacoli alla partecipazione alla gara, si rileva che il bando prevede l’estensione della durata della vincolatività dell’offerta a 550 giorni dalla scadenza del termine indicato per la presentazione dell’offerta stessa,

in difformità da quanto previsto nel Bando di gara tipo di cui al decreto n. 226/11, che prevede un periodo di validità dell'offerta pari a 180 giorni. Inoltre, discostandosi dal disciplinare tipo, codesta stazione appaltante ha modificato i contenuti del relativo criterio A.6, richiedendo, al posto di un'offerta di interventi aggiuntivi di efficienza energetica (in termini di certificati bianchi), la corresponsione in un'unica soluzione di una somma determinata attualizzando il valore dei certificati bianchi.

Con riguardo ai dati relativi agli impianti di distribuzione del gas dei diversi Comuni che compongono l'ATEM, l'Autorità osserva poi che non è stato indicato il valore degli investimenti effettuati successivamente alla data di riferimento delle tariffe, come pure previsto dall'art. 9, comma 6, lettera b), del summenzionato decreto. Il bando fornisce, altresì, una stima provvisoria del VIR da corrispondere al gestore uscente prevedendo, tuttavia, di aggiornare tale somma alla data effettiva della stipula del contratto di servizio, in difformità rispetto a quanto previsto nel Bando di gara tipo di cui al decreto n. 226/11, che prevede di indicare nel Bando quantomeno una stima degli importi da riconoscere ai gestori uscenti all'atto della sottoscrizione del verbale di consegna del servizio.

L'Autorità ritiene che tutte le summenzionate difformità rispetto alle previsioni degli atti tipici definiti dalla normativa applicabile appaiono in contrasto con il principio della massima partecipazione alla gara, in quanto suscettibili di aumentare l'incertezza in ordine alla definizione di un'offerta in gara consapevole da parte dei soggetti potenzialmente interessati alla concessione in esame.

Con riguardo, poi, ai criteri di valutazione delle offerte come declinati nel disciplinare di gara, si osserva che il bando attribuisce 28 punti all'offerta economica e 72 punti all'offerta tecnica e che i punteggi relativi all'offerta tecnica vengono assegnati in base alla valutazione di una serie di voci (criteri) coerentemente con quanto previsto dal bando tipo.

Tuttavia, per alcune di queste ultime, quali ad esempio le voci che riguardano estensione, ampliamento, manutenzione delle reti e degli impianti, negli atti di gara considerati i criteri originari risultano declinati in *sub*-criteri, a ciascuno dei quali viene attribuito un punteggio massimo specifico; la somma dei punteggi ottenuti in questi *sub*-criteri definisce quindi il valore del punteggio attribuibile a ciascun criterio, e la somma dei punteggi così ottenuti va a definire il valore dell'offerta tecnica. Per quest'ultima viene, infine, previsto un punteggio minimo di 37 punti, al di sotto del quale non risulta possibile partecipare all'offerta economica e quindi concorrere alla gara (soglia di sbarramento).

Sul punto, l'Autorità osserva che la valorizzazione specifica di alcuni *sub*-criteri è suscettibile di definire elementi premiali in favore del concessionario uscente, in ragione della sua presenza pluridecennale sul territorio e per le asimmetrie informative che questo può vantare nei confronti dei potenziali nuovi entranti. Ciò in quanto i *sub*-punteggi massimi vengono definiti introducendo una premialità maggiore legata alla disponibilità di riscontri puntuali su elementi quali: "dati di consumo puntuali", "specificità/realità del territorio", "dati storici", "situazione riscontrabile ad inizio concessione", "stato di integrità dell'asset" e "*performance* di servizio".

In sostanza, gli atti di gara prevedono, per l'attribuzione del punteggio dell'offerta tecnica, una serie di *sub*-criteri che richiedono la conoscenza di dati e informazioni allo stato in possesso dei soli gestori uscenti. Inoltre, si osserva che né il bando di gara né il disciplinare regolano le modalità di presa visione degli impianti da parte dei potenziali concorrenti, anche qui in difformità con quanto previsto dal bando tipo.

Nello stesso senso, anche la previsione della soglia di sbarramento per la presentazione dell'offerta economica, definita a un valore pari a più del 50% dei punteggi tecnici complessivi, risulta discriminatoria e potenzialmente ostativa alla partecipazione, in ragione della suddivisione dei punteggi assegnati all'offerta tecnica complessiva e della richiamata natura discriminatoria della ripartizione in *sub*-criteri, che appaiono suscettibili di favorire l'attribuzione di più alti punteggi agli *incumbent*, in ragione del loro differenziale specifico bagaglio informativo.

Ne deriva che tanto il bando, quanto il disciplinare di gara, nel discostarsi dai corrispondenti atti tipici previsti dalla normativa e dalla regolamentazione vigente, contengono una serie di elementi suscettibili di penalizzare i potenziali concorrenti diversi dagli *incumbent*, sia in termini di valutazione tecnica delle offerte concorrenti che di asimmetrie informative a discapito dei primi, pregiudicando le possibili dinamiche competitive per l'attribuzione della concessione.

In conclusione, l'Autorità ritiene che le previsioni contenute nei documenti di gara di codesta Amministrazione, per i motivi suesposti, siano ingiustificatamente discriminatorie e non rispondenti all'esigenza di favorire la più ampia partecipazione possibile dei potenziali operatori interessati, ponendosi in contrasto con i principi di non discriminazione e parità di trattamento.

Pertanto, l'Autorità invita codesta Amministrazione a porre in essere le misure correttive ritenute più opportune e adeguate a ripristinare le corrette dinamiche concorrenziali rispetto all'affidamento in concessione del servizio di distribuzione del gas naturale nell'ATEM di Rimini.

Ai sensi dell'articolo 21-bis, comma 2, della legge n. 287/90, codesta Amministrazione dovrà comunicare all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla ricezione del presente parere, le determinazioni assunte per rimuovere le violazioni della concorrenza sopra esposte. Laddove entro il suddetto termine tali iniziative non dovessero risultare conformi ai principi concorrenziali sopra espressi, l'Autorità potrà presentare ricorso entro i successivi trenta giorni.

Il presente parere verrà pubblicato sul Bollettino dell'Autorità ai sensi dell'art. 26 della legge n. 287/90.

per IL PRESIDENTE
il Componente anziano
Gabriella Muscolo

Comunicato in merito alla decisione dell'Autorità di non presentare ricorso ex art. 21-bis della legge n. 287/1990, avverso il bando e il disciplinare di gara per l'affidamento in concessione del servizio di distribuzione del gas naturale nell'Ambito territoriale Minimo (A.TE.M.) di Rimini, pubblicati in G.U. in data 30 dicembre 2020, n. 52.

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella propria riunione del 4 maggio 2021, ha deciso di non impugnare davanti al TAR territorialmente competente il bando e il disciplinare di gara per l'affidamento in concessione del servizio di distribuzione del gas naturale nell'Ambito territoriale Minimo (A.TE.M.) di Rimini, pubblicato in G.U. in data 30 dicembre 2020, n. 52. In data 23 febbraio 2021, l'Autorità aveva deliberato l'invio di un parere motivato ai sensi dell'articolo 21 bis della Legge n. 287/1990, nell'ambito del quale rilevava criticità sotto il profilo concorrenziale

dei predetti atti di gara i quali, discostandosi, per numerosi profili, dai contenuti del bando di gara tipo e del disciplinare tipo di cui al DM 12 novembre 2011, n. 226 recante “*Regolamento per i criteri di gara e per la valutazione dell’offerta per l’affidamento del servizio della distribuzione del gas naturale, in attuazione dell’art. 46bis del decreto legge 1 ottobre 2007, n. 159, convertito in legge, con modificazioni, dalla legge 29 novembre 2007 n. 222*” presentavano contenuti potenzialmente discriminatori a favore dei soggetti incumbent, ed erano suscettibili di alterare la partecipazione alla gara.

Preso atto di quanto successivamente esposto dal Comune di Rimini in relazione al predetto parere motivato, e in particolare delle modifiche e integrazioni degli atti di gara pubblicate il 12 aprile u.s. sulla GUCE e il 14 aprile sulla GURI, nonché della circostanza per cui gli atti contestati risultano già, nell’ambito di un giudizio di prossima definizione, oggetto di impugnativa presso il TAR Emilia Romagna per profili analoghi a quelli contestati, l’Autorità ha deciso, nella propria riunione del 4 maggio 2021, di non proporre ricorso presso lo stesso giudice amministrativo.

AS1746 - COMUNE DI FOLLONICA (GR) - PROROGA DELLE CONCESSIONI DEMANIALI MARITTIME CON FINALITÀ TURISTICO-RICREATIVE

Roma, 4 maggio 2021

Comune di Follonica

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella riunione del 27 aprile 2021, ha inteso formulare, nell'esercizio dei poteri di cui all'articolo 21 della legge 10 ottobre 1990, n. 287, alcune osservazioni in relazione all'atto amministrativo di codesto Comune (Deliberazione del Commissario Prefettizio n. 83 del 24 giugno 2020, avente ad oggetto "*Estensione delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreativa al 31 dicembre 2033. Definizione iter dei procedimenti*"), relativo alla proroga della validità temporale delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative in essere.

In particolare, mediante il richiamato atto amministrativo, il Comune di Follonica ha disciplinato il procedimento amministrativo per l'estensione della durata delle concessioni di beni del demanio marittimo con finalità turistico-ricreative in favore dei concessionari esistenti, sulla base di quanto previsto dall'articolo 1, commi 682, 683 e 684, della Legge n. 145/2018 (che ha disposto un nuovo termine di scadenza delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative alla data del 31 dicembre 2033), nonché dall'articolo 182, comma 2, del Decreto Legge 19 maggio 2020, n. 34, come convertito dalla Legge 17 luglio 2020, n. 77 (nella parte in cui tali norme si riferiscono, confermandolo, al meccanismo di proroga *ex lege* delle concessioni demaniali marittime).

In linea generale, l'Autorità ricorda che, in materia di affidamenti riguardanti l'uso di beni pubblici (rientranti nel demanio o nel patrimonio indisponibile dello Stato o degli enti locali), l'individuazione del privato affidatario deve avvenire mediante l'espletamento, da parte della Pubblica Amministrazione, di procedure ad evidenza pubblica¹.

Al riguardo, si evidenzia che gli articoli 49 e 56 del TFUE impongono agli Stati Membri l'abolizione delle restrizioni ingiustificate alle libertà di stabilimento e alla libera prestazione dei servizi, ossia di tutte le misure che vietano, ostacolano o comunque sono idonee a comprimere l'esercizio di tali libertà. Secondo la Corte di Giustizia Europea, una normativa nazionale che consente la proroga

¹ Cfr., *ex multis*, Consiglio di Stato, sentenza 25 settembre 2009, n. 5765, e Consiglio di Stato, Sez. VI, sentenza 18 novembre 2019, n. 7874; nonché, da ultimo, Consiglio di Stato, Sez. IV, sentenza 16 febbraio 2021, n. 1416 e Consiglio di Stato, Sez. VI, sentenza 9 marzo 2021, n. 2002.

In tal senso si è espressa anche l'ANAC con la delibera del 17 gennaio 2019, n. 25.

automatica delle concessioni demaniali pubbliche in essere per attività turistico-ricreative deve considerarsi in violazione di dette disposizioni².

Inoltre, la Direttiva 2006/123/CE (cosiddetta Direttiva Servizi) prevede, all'articolo 12, che "qualora il numero di autorizzazioni disponibili per una determinata attività sia limitato per via della scarsità delle risorse naturali o delle capacità tecniche utilizzabili, gli Stati Membri applicano una procedura di selezione tra i candidati potenziali, che presenti garanzie di imparzialità e di trasparenza e preveda, in particolare, un'adeguata pubblicità dell'avvio della procedura e del suo svolgimento e completamento" (par. 1), e che, in tali casi, "l'autorizzazione è rilasciata per una durata limitata adeguata e non può prevedere la procedura di rinnovo automatico né accordare altri vantaggi al prestatore uscente o a persone che con tale prestatore abbiano particolari legami" (par. 2).

Come noto, gli Stati Membri sono tenuti a conformarsi ai richiamati principi eurounitari e, ove la normativa interna non rispetti le disposizioni della Direttiva citata, contrastando di riflesso con i principi di libera circolazione e di libertà di stabilimento, se ne impone la relativa disapplicazione³. In tal senso, l'Autorità, in precedenti interventi di *advocacy*, si è più volte pronunciata sulla necessità di procedere agli affidamenti delle concessioni – tra cui quelle riguardanti i beni demaniali marittimi ed aventi finalità turistico-ricreative⁴ – mediante lo svolgimento di procedure ad evidenza pubblica. In particolare, è stato osservato che nei mercati in cui, in ragione delle specifiche caratteristiche oggettive delle attività tecniche, economiche e finanziarie, esiste un'esclusiva, o sono ammessi ad operare un numero limitato di soggetti, l'affidamento delle concessioni deve comunque avvenire mediante procedure concorsuali trasparenti e competitive, al fine di attenuare gli effetti distortivi della concorrenza connessi alla posizione di privilegio attribuita al concessionario⁵.

² Cfr. sentenza della Corte di Giustizia del 14 luglio 2016, cause riunite C-458/14 e C-67/15, *Promoimpresa srl e a. contro Consorzio dei comuni della Sponda Bresciana del Lago di Garda e del Lago di Idro e a.*

³ Si ricorda, infatti, che, secondo la consolidata giurisprudenza europea, tutte le amministrazioni nazionali, nell'esercizio delle loro funzioni, sono tenute ad applicare le disposizioni del diritto europeo, disapplicando le norme nazionali da esse non conformi; cfr., *ex multis*, le sentenze pronunciate dalla Corte di Giustizia Europea nella causa 103/88, *Fratelli Costanzo c. Comune di Milano*, nonché nella causa C-224/97, *Ciola* e nella causa C-198/01, *Consorzio Industrie Fiammiferi (CIF) c. Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*.

In tal senso, la Corte di Giustizia Europea ha ribadito, da ultimo nella sentenza del 4 dicembre 2018, caso C-378/17, che "il principio del primato del diritto dell'Unione impone non solo agli organi giurisdizionali, ma anche a tutte le istituzioni dello Stato Membro di dare pieno effetto alle norme dell'Unione" (par. 39), e ha ricordato che l'obbligo di disapplicare riguarda anche "tutti gli organismi dello Stato, ivi comprese le autorità amministrative, incaricati di applicare, nell'ambito delle rispettive competenze, il diritto dell'Unione" (par. 38). In proposito si vedano altresì, *ex multis*, le sentenze pronunciate dalla Corte di Giustizia Europea nella causa 106/77, *Amministrazione delle finanze dello Stato c. Simmenthal SpA*, nella causa C-119/05, *Lucchini*, nella causa C-614/14, *Ognyanov* e nelle cause riunite C-52/16 e C-113/16, «SEGRO» *Kft*.

⁴ Cfr. la segnalazione resa dall'Autorità in data 12 dicembre 2018 ai sensi degli articoli 21 e 22 della legge n. 287/1990 (AS1550 – *Concessioni e criticità concorrenziali*, in Bollettino n. 48/2018).

⁵ Anche la giurisprudenza amministrativa ha rilevato un disallineamento tra la normativa nazionale che dispone la proroga delle concessioni e la normativa eurounitaria, evidenziando la necessità per le Amministrazioni Pubbliche di disapplicare la normativa nazionale in modo da garantire che la selezione degli operatori economici interessati avvenga in ogni caso tutelando la concorrenza, rispettando i principi di libera circolazione dei servizi, *par condicio*, imparzialità, proporzionalità, non discriminazione e trasparenza.

In proposito cfr., *ex multis*, TAR Veneto, sentenza n. 218/2020, TAR Puglia, sentenza n. 36/2020, e Consiglio di Stato, Sez. VI, sentenza n. 7874/2019, cit.; nonché, da ultimo, proprio sul tema della proroga automatica delle concessioni demaniali marittime in essere, TAR Toscana, sentenza n. 363/2021, Consiglio di Stato, Sez. IV, sentenza 16 febbraio 2021, n. 1416, cit., e Consiglio di Stato, Sez. VI, sentenza 9 marzo 2021, n. 2002, cit.. In particolare, nelle ultime due sentenze citate, il Consiglio di Stato ha statuito, nel primo caso, che "qualsivoglia normativa nazionale o regionale deve in materia ispirarsi alle regole della Unione Europea sulla indizione delle gare (cfr. Cons. Stato, sez. VI, 13 aprile 2017, n. 1763), stante

Con specifico riferimento alle procedure e ai provvedimenti di proroga delle concessioni già in essere⁶, l'Autorità ha più volte sottolineato⁷ che è nell'interesse del mercato effettuare un attento bilanciamento tra i benefici di breve periodo e i possibili costi che si potrebbero manifestare in un orizzonte temporale più ampio.

La concessione di proroghe in favore dei concessionari esistenti, infatti, rinvia ulteriormente il confronto competitivo per il mercato, così impedendo di cogliere i benefici che deriverebbero dalla periodica concorrenza per l'affidamento attraverso procedure ad evidenza pubblica. Quindi, eventuali proroghe degli affidamenti non dovrebbero comunque eccedere le reali esigenze delle Amministrazioni, per consentire quanto prima l'allocazione efficiente delle risorse pubbliche mediante procedure competitive.

Tali principi sono stati di recente confermati dal TAR Toscana⁸, che ha integralmente accolto il ricorso *ex* articolo 21-*bis* della legge n. 287/90 con cui la scrivente Autorità ha impugnato un provvedimento (emesso da altra Amministrazione comunale) di tenore analogo a quello qui in esame, riconoscendo così la piena legittimità dell'intervento dell'Autorità, nell'esercizio dei poteri ad essa conferiti dalla disposizione sopra citata, in materia di proroga automatica, senza gara, di concessioni demaniali marittime aventi finalità turistico-ricreative⁹.

l'efficacia diretta nell'ordinamento interno degli Stati membri delle pronunce della Corte", e, nel secondo caso, che "il nuovo contesto è connotato dalla presa in considerazione dell'efficacia del quadro giuridico unionale, ricavabile, a sostegno della tesi del Comune, dalla nota sentenza Corte UE Promoimpresa del 14 luglio 2016 come un quadro giuridico che impone la procedura selettiva, ove il Comune decida di esternalizzare la gestione degli arenili a fini turistico-ricreativi per la scarsità della risorsa predetta".

In particolare in tema di disapplicazione della normativa nazionale confliggente con quella unionale, si richiama altresì, da ultimo, TAR Sicilia, sentenza n. 504 del 15 febbraio 2021, dove il Giudice ha indicato che "[...] d) anche il funzionario pubblico, nel dare attuazione alla legge, deve applicare la fonte normativa prevalente e, quindi, nel contrasto fra diritto europeo immediatamente vincolante e disciplina nazionale, deve assegnare prevalenza al primo; [...] f) quanto esposto rende superflua ogni altra considerazione, ma può, comunque, aggiungersi che le osservazioni della Corte di Giustizia in ordine all'obbligo di disapplicazione della disciplina nazionale in contrasto con il diritto comunitario non costituiscono un <<obiter dictum>>, ma consistono in affermazioni rese in sede di rinvio pregiudiziale e relative alla corretta interpretazione dei Trattati in relazione al caso deciso, cioè in occasione del puntuale assolvimento dei compiti istituzionali propri di tale organo, con la conseguenza che la relativa pronuncia risulta vincolante".

⁶ Si ricorda, inoltre, che la Corte di Giustizia dell'Unione Europea, nello stabilire che l'affidamento delle concessioni demaniali marittime ad uso turistico-ricreativo, che riguardano risorse naturali scarse, debba necessariamente realizzarsi attraverso una procedura di selezione tra candidati potenziali nel rispetto di tutte le garanzie di imparzialità e di trasparenza, nonché di adeguata pubblicità, ha posto in rilievo che una normativa nazionale che preveda una proroga *ex lege* della data di scadenza di tali concessioni equivale a un rinnovo automatico in contrasto con il dettato dell'articolo 12, par. 2, della Direttiva 2006/123/CE (cfr. CGUE, Sez. V, sentenza del 14 luglio 2016, cause riunite C-458/14 e C-67/15, cit.).

⁷ Cfr. la segnalazione resa dall'Autorità in data 1° luglio 2020, ai sensi dell'articolo 21 della legge n. 287/1990, AS 1684 – Osservazioni in merito alle disposizioni contenute nel Decreto Rilancio, in Bollettino n. 28/2020. Si vedano, inoltre, le segnalazioni AS 135 – Proroghe delle concessioni autostradali, in Bollettino n. 19/98; AS491 – Disposizioni sul rilascio delle concessioni di beni demaniali e sull'esercizio diretto delle funzioni amministrative in materia di demanio marittimo, in Bollettino n. 46/2008; AS1114 – Regime concessorio presente nel porto di Livorno, in Bollettino n. 12/2014; AS1137 – Proposte di riforma concorrenziale ai fini della legge annuale per il mercato e la concorrenza anno 2014, in Bollettino n. 27/2014.

⁸ Cfr. sentenza n. 363 dell'8 marzo 2021, cit..

⁹ In particolare, il TAR Toscana ha annullato la Determina Dirigenziale n. 408 del 21 maggio 2020 del Comune di Piombino, oggetto di parere motivato dell'Autorità ai sensi dell'articolo 21-*bis* della legge n. 287/90 (cfr. AS1701 – Comune di Piombino (LI): concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative, in Bollettino n. 41/2020), con la quale l'ente locale in questione aveva avviato la procedura per la proroga della validità temporale delle concessioni demaniali marittime insistenti sul territorio comunale senza dar corso alla procedura comparativa prevista dall'articolo 12 della Direttiva 2006/123/CE. In tale pronuncia, il giudice amministrativo ha espressamente affermato che il Comune avrebbe dovuto disapplicare le disposizioni normative nazionali che prevedono la proroga automatica senza gara delle concessioni, per contrasto delle stesse con la normativa eurounitaria di cui all'articolo 12 della Direttiva 2006/123/CE, ed

Di conseguenza, l'Autorità ritiene che, per le ragioni sopra esposte, codesto Comune avrebbe dovuto disapplicare la normativa nazionale posta a fondamento del citato atto amministrativo per contrarietà della stessa ai principi ed alla disciplina eurolunitaria sopra richiamata. Le disposizioni relative alla proroga delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative contenute nel provvedimento amministrativo in parola integrano, infatti, specifiche violazioni dei principi concorrenziali, nella misura in cui impediscono il confronto competitivo che dovrebbe essere garantito in sede di affidamento di servizi incidenti su risorse demaniali di carattere scarso, in un contesto di mercato nel quale le dinamiche concorrenziali sono già particolarmente affievolite a causa della lunga durata delle concessioni attualmente in essere.

In conclusione, l'atto amministrativo comunale in questione si pone in contrasto con gli articoli 49 e 56 del TFUE, in quanto suscettibile di limitare ingiustificatamente la libertà di stabilimento e la libera circolazione dei servizi nel mercato interno, nonché con le disposizioni normative eurolunitarie in materia di affidamenti pubblici, con particolare riferimento all'articolo 12 della cosiddetta Direttiva Servizi.

L'Autorità auspica, pertanto, che codesto Comune modifichi le disposizioni segnalate, eliminando le distorsioni concorrenziali evidenziate.

L'Autorità invita, altresì, codesto Comune a comunicare, entro il termine di trenta giorni dalla ricezione della presente segnalazione, le determinazioni assunte riguardo alle criticità concorrenziali sopra evidenziate.

La presente segnalazione sarà pubblicata sul Bollettino di cui all'articolo 26 della legge n. 287/90.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

AS1747 – UNIONCAMERE - ESERCIZIO DELL'ATTIVITÀ DI INTERMEDIAZIONE IMMOBILIARE

Roma, 7 maggio 2021

Ministero dello Sviluppo Economico
Unioncamere – Unione Italiana delle Camere di
Commercio Industria Artigianato e Agricoltura
Camera di Commercio Industria Artigianato e
Agricoltura di Brescia

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella riunione del 20 aprile 2021, ha inteso formulare alcune osservazioni, ai sensi dell'articolo 22 della Legge n. 287/1990, in merito alle criticità concorrenziali derivanti dall'indirizzo interpretativo espresso dal Ministero dello Sviluppo Economico in relazione all'art. 4, comma 2, del D.M. 26 ottobre 2011 recante "*Modalità di iscrizione nel registro delle imprese e nel REA, dei soggetti esercitanti l'attività di mediatore disciplinata dalla legge 3 febbraio 1989, n. 39, in attuazione degli articoli 73 e 80 del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59*", sulla base del quale alcune Camere di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura (di seguito, anche "CCIAA"), tra le quali quella di Brescia, hanno imposto vincoli di esclusiva in capo ai soggetti esercenti l'attività di intermediazione immobiliare.

L'art. 4, comma 2, del D.M. 26 ottobre 2011, rubricato "*Svolgimento dell'attività presso più sedi o unità locali*", dispone che: "*Presso ogni sede o unità locale in cui si svolge l'attività, l'impresa nomina almeno un soggetto, in possesso dei requisiti di idoneità che, a qualsiasi titolo, eserciti l'attività per conto dell'impresa, certificati secondo le modalità definite all'art. 3*". In particolare, l'Autorità ha rilevato che l'interpretazione della citata disposizione fornita dal Ministero dello Sviluppo Economico in alcuni pareri resi su richiesta di alcune CCIAA, ai quali le stesse CCIAA si sono conformate, va nel senso di richiedere ai mediatori immobiliari di svolgere in esclusiva la propria attività presso una unica sede o unità locale¹.

¹ Ad esempio, la CCIAA di Brescia, all'interno delle linee guida contenute nelle "*Istruzioni comuni per gli adempimenti RI/R.E.A. - Agenti d'affari in mediazione*", condivise a livello regionale dagli enti camerali della Lombardia e pubblicate sul sito Internet istituzionale di tale Camera di commercio, ha espressamente previsto l'obbligo per "*l'impresa che esercita l'attività in più sedi o unità locali nomina per ciascuna di esse un soggetto, in possesso dei requisiti di idoneità che eserciti l'attività di mediazione per conto dell'impresa. [...] Tale soggetto può essere nominato preposto in via esclusiva solo per questa impresa e solo per questa localizzazione, non può ricoprire detta qualifica per altre unità locali o sedi della stessa impresa*".

In proposito, si osserva che, contrariamente all'indirizzo ermeneutico adottato dal Ministero dello Sviluppo Economico e seguito dalle CCIAA, l'art. 4, comma 2, del D.M. 26 ottobre 2011 si limita unicamente a stabilire l'obbligo, per le imprese di mediazione, di nominare, per ogni sede o unità locale, un soggetto preposto all'esercizio dell'attività di mediazione, senza imporre, invece, alcun obbligo di esclusiva in capo ai mediatori immobiliari persone fisiche o alle imprese che esercitano tale attività economica. Depone in tale senso non soltanto il tenore letterale della norma richiamata, ma anche il fatto che il legislatore non ha ritenuto prevalente, con riguardo a tale profilo, la salvaguardia di eventuali esigenze imperative di carattere generale, la cui sussistenza sarebbe stata sì idonea a giustificare una compressione della libertà di iniziativa economica delle imprese di mediazione e una limitazione all'esercizio della professione di mediatore immobiliare.

Con riguardo all'imposizione di vincoli di esclusiva all'esercizio di un'attività economica, l'Autorità ha già avuto modo di rilevare che tali limitazioni si pongono in contrasto con le libertà fondamentali riconosciute dal Trattato sul funzionamento dell'Unione europea – limitando, in particolare, l'esercizio delle libertà di stabilimento e di prestazione dei servizi di cui agli artt. 49 e 56 TFUE² – nonché con i principi costituzionali in materia di libertà di iniziativa economica e concorrenza³, ogniquale esse non siano proporzionate, necessarie, ragionevoli e giustificate dall'esigenza di soddisfare interessi pubblici di carattere sovraordinato, quali quelli rientranti nel novero delle c.d. esigenze imperative di interesse generale.

In proposito si evidenzia, inoltre, che l'imposizione ingiustificata di vincoli di esclusiva si pone in contrasto con la normativa nazionale di derivazione comunitaria in materia di liberalizzazione delle attività economiche. Al riguardo, viene in rilievo l'art. 34 del d.l. 6 dicembre 2011, n. 201⁴, che dopo aver stabilito al comma 2 che *“La disciplina delle attività economiche è improntata al principio di libertà di accesso, di organizzazione e di svolgimento, fatte salve le esigenze imperative di interesse generale, costituzionalmente rilevanti e compatibili con l'ordinamento comunitario, che possono giustificare l'introduzione di previ atti amministrativi di assenso o autorizzazione o di controllo, nel rispetto del principio di proporzionalità”*, al successivo comma 3, lett. c), ha espressamente abrogato le disposizioni normative all'epoca vigenti che sancivano *“il divieto di esercizio di un'attività economica in più sedi oppure in una o più aree geografiche”*.

Pertanto, l'Autorità considera che la prassi interpretativa del Ministero dello Sviluppo Economico e le determinazioni conseguentemente assunte dalle CCIAA nello svolgimento dei propri compiti

² Vale, inoltre, ricordare che il legislatore comunitario ha realizzato molteplici interventi normativi con il fine di consentire il più ampio godimento possibile delle libertà fondamentali. In particolare, con riferimento alla libera circolazione delle persone, si ricorda, ai fini della presente nota, la direttiva 2013/55/UE sul mutuo riconoscimento delle qualifiche professionali, che si prefigge l'obiettivo di *“rafforzare il mercato interno e di promuovere la libera circolazione dei professionisti, garantendo al contempo un più efficiente e trasparente riconoscimento delle qualifiche professionali”*. Tale direttiva, tra l'altro, è già stata recepita nel nostro ordinamento con il d.lgs. 28 gennaio 2016, n. 15.

³ Cfr., *ex multis*, AS1350 – *Profili distortivi della concorrenza nella disciplina delle agenzie di viaggio e dei direttori tecnici ivi operanti*, del 2 febbraio 2017; AS287 – *Disposizioni in materia di professioni sanitarie non mediche*, del 25 novembre 2014, in Boll. 49/2014; AS456 – *Discipline regionali delle due province autonome in materia di guide turistiche*, del 25 giugno 2008, in Boll. 24/2008; AS298 – *Disposizioni concernenti le libere professioni*, del 20 aprile 2005, in Boll. 16/2005; AS108 – *Leggi regionali riguardanti le agenzie di viaggio e turismo*, del 6 novembre 1997; AS118 – *Istituzione di nuovi ordini professionali*, del 18 dicembre 1997, in Boll. 51/1997; AS49 – *Agenzie di viaggio e turismo*, del 30 giugno 1995.

⁴ Tale decreto legge, convertito in legge 22 dicembre 2011, n. 214, reca *“Disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici”*.

statutari⁵ costituiscono un ostacolo non giustificato, non necessario e non proporzionato, alla piena estrinsecazione della libertà di iniziativa economica dei professionisti attivi nel settore della intermediazione immobiliare. L'imposizione di vincoli di esclusiva, inoltre, appare limitare in maniera ingiustificata anche l'autonomia imprenditoriale, andando a incidere negativamente sulle scelte organizzative e gestionali dei singoli operatori, con potenziali ricadute sui costi dell'attività d'impresa, suscettibili di riverberarsi in negativo sui consumatori finali, in relazione ad aspetti fondamentali delle prestazioni rese, quali ad esempio la qualità e il prezzo dei servizi. Ciò trova conferma nel fatto che l'art. 34, comma 2, del d.l. n. 201/2011, stabilisce che la disciplina delle attività economiche è improntata ai tre seguenti principi: libertà di accesso, libertà di organizzazione e libertà di svolgimento.

In definitiva alla luce delle precedenti considerazioni, l'Autorità ritiene che la reintroduzione per via interpretativa di restrizioni ingiustificate (*sub specie* di vincoli di esclusiva), già in passato espunte dall'ordinamento nazionale dal legislatore, si risolva in una indebita limitazione dell'esercizio della libertà di iniziativa economica in danno alle imprese e ai professionisti che operano nel mercato della intermediazione immobiliare, ponendosi così in contrasto con gli artt. 49 e 56 TFUE, con i principi costituzionali sanciti dall'art. 41 Cost., nonché con la normativa nazionale in materia di liberalizzazioni economiche.

Pertanto, l'Autorità auspica una revisione degli orientamenti interpretativi del Ministero dello Sviluppo Economico e delle determinazioni delle Camere di commercio in accoglimento delle indicazioni dell'Autorità, al fine di garantire un più ampio confronto competitivo, in particolare consentendo ai prestatori di servizi di intermediazione immobiliare di poter prestare la propria attività professionale senza restrizioni territoriali, limitandosi questi ultimi, laddove ciò risulti necessario e proporzionato al perseguimento di interessi generali, a segnalare giorni ed orari di lavoro in ciascuna sede o unità locale.

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

⁵ Si veda, ad esempio, la definizione di un reclamo che il segnalante ha sporto nei confronti della CCIAA di Brescia, la quale ha ribadito il proprio orientamento interpretativo restrittivo dell'art. 4, comma 2, D.M. 26 ottobre 2011.

PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS11149 - DROPBOX

Provvedimento n. 29649

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 27 aprile 2021;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTE la Parte II, Titolo III e la Parte III, Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*” e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTA la propria delibera del 9 marzo 2021, con la quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3 del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento in considerazione della necessità di procedere alla valutazione degli impegni presentati dal Professionista;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Dropbox International Unlimited Company (di seguito anche Dropbox, Società o Professionista), società di diritto irlandese appartenente al gruppo multinazionale Dropbox Inc, in qualità di professionista, ai sensi del Codice del Consumo. La Società fornisce servizi in ambiente *cloud computing*, sia in forma gratuita, entro certi limiti di capacità di immagazzinamento, sia a pagamento.

2. U.Di.Con. – Unione per la Difesa dei Consumatori, in qualità di Associazione di consumatori.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. Il procedimento concerne le condotte poste in essere dalla Società Dropbox nei confronti dei propri clienti attraverso il sito *internet* <https://www.dropbox.com>, a partire dal mese di dicembre 2017¹ e rappresentate da:

a.1. le indicazioni in merito alle condizioni per recedere dal contratto e per esercitare il diritto di ripensamento, i termini e le procedure per esercitare tali diritti, e l'assenza del modulo tipo di cui all'allegato I, parte B del Codice del Consumo. Soltanto nella Sezione “*Termini*”² del proprio sito, sotto la voce “*Risoluzione*”, Dropbox ha indicato la “*facoltà di interrompere l'utilizzo dei Servizi in*

¹ Doc. N. 1.

² <https://www.dropbox.com/privacy#terms>.

qualsiasi momento”, senza fornire ulteriori chiarimenti. Ulteriori dettagli sono stati forniti attraverso una *community*³ non accessibile tramite un *link* diretto dalla *home page*;

a.2. le indicazioni per consentire all’utente di ricorrere agevolmente ad un meccanismo extra-giudiziale di conciliazione delle controversie, cui lo stesso Professionista risulti soggetto, indicando le condizioni per avervi accesso. La modalità di risoluzione delle controversie con Dropbox è solo indicata in una clausola contrattuale in modalità generica ed informale⁴, in assenza di qualsiasi riferimento che indichi al consumatore la possibilità e le modalità per servirsi di un meccanismo extra-giudiziale di conciliazione delle controversie cui lo stesso professionista risulta soggetto;

b. le informazioni fornite sulle caratteristiche del servizio e sulle condizioni richieste per l’apertura di un *account* e la fornitura del servizio di *cloud computing* proposto, in assenza di un’informativa immediata, chiara e trasparente, prima dell’attivazione dell’*account*, in merito all’attività di raccolta e utilizzo dei dati personali del cliente, anche a fini commerciali.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) *L’iter del procedimento*

4. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 20 agosto 2020 è stato avviato il procedimento istruttorio PS11149 nei confronti della Società Dropbox International Unlimited Company per presunte violazioni degli artt. 20, 21, 22, 49, comma 1, lettere *h*) e *q*), 54, comma 1, e 66-*quater*, comma 3, del Codice del Consumo⁵. L’avvio del procedimento è stato comunicato in data 4 settembre 2020⁶.

5. In data 18 settembre 2020 è pervenuta da parte della Società un’istanza di accesso agli atti⁷, effettuato in data 22 settembre 2020⁸.

6. In data 20 ottobre 2020⁹ Dropbox ha comunicato le informazioni richieste nell’atto di avvio del procedimento presentando anche un’istanza di audizione, svoltasi in data 3 dicembre 2020¹⁰.

³ <https://www.dropboxforum.com/t5/Fai-una-domanda/diritto-di-recesso/td-p/224381>; “Ciao Max, Grazie per aver scritto sul Forum di Dropbox! Se vivi in un’area ove è previsto il diritto di recesso in caso di cancellazione anticipata, puoi avere il diritto al rimborso per un abbonamento di tipo Plus. Ad esempio nell’Unione Europea, puoi cancellare il tuo abbonamento Plus entro 14 giorni dall’acquisto e riceverai un rimborso come indicato nel seguente articolo: <https://www.dropbox.com/help/billing/plus-refund>. Gli abbonamenti a Dropbox Business invece non sono rimborsabili, tranne nei casi previsti dalla legge, come indicato in questo articolo: <https://www.dropbox.com/help/billing/business-refunds>. Per verificare se hai diritto al rimborso ti consiglio di contattarci qui: <http://bit.ly/cm-support> in quanto non possiamo assisterti nel Forum per motivi di privacy”.

⁴ <https://www.dropbox.com/privacy#terms>: “Per prima cosa proviamo a risolvere le cose. E’ nostra intenzione affrontare i problemi senza che sia necessario ricorrere alle vie legali. Prima di presentare un reclamo nei confronti di Dropbox, l’utente accetta di provare a risolvere la controversia in maniera informale scrivendo all’indirizzo dispute-notice@dropbox.com. Proveremo a risolvere la disputa in maniera informale contattandovi via email”.

⁵ Cfr. Docc. NN. 4-5.

⁶ Cfr. Doc. N. 6.

⁷ Cfr. Doc. N. 6.

⁸ Cfr. Doc. N. 9.

⁹ Cfr. Doc. N. 16.

¹⁰ Cfr. Doc. N. 22.

7. In data 20 ottobre 2020¹¹, ai sensi dell'art. 27 comma 7 del Codice del Consumo, Dropbox ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza delle condotte oggetto di contestazione.

8. In data 2 marzo 2021 è stata inviata alle Parti la comunicazione del termine di conclusione della fase istruttoria¹².

9. In considerazione delle necessità richieste dalla valutazione degli impegni presentati dal Professionista, nella riunione dell'Autorità del 9 marzo 2021, il termine di conclusione del procedimento è stato prorogato di sessanta giorni, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento; la relativa comunicazione alle Parti è stata inviata in data 10 marzo 2021¹³.

10. In data 12 marzo 2021 Dropbox ha inviato la memoria conclusiva¹⁴.

11. In data 16 marzo 2021 è stata inoltrata, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo, richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni¹⁵. Il parere dell'Autorità di settore è pervenuto in data 16 aprile 2021¹⁶.

2) *Le evidenze acquisite*

12. Dropbox offre servizi *cloud* a privati, aziende e organizzazioni di varia natura per archiviare, organizzare e condividere *file*, documenti, fotografie, ecc., fornendo sia una versione gratuita dei propri servizi sia diversi piani a pagamento a seconda delle esigenze degli utenti. La maggioranza degli utenti in Italia utilizza la versione gratuita e il modello di *business* del Professionista non si basa su ricavi da attività pubblicitaria, ma esclusivamente sugli introiti delle quote di abbonamento degli utenti che hanno sottoscritto le versioni a pagamento.

13. Dropbox opera in *partnership* con altre società per fornire agli utenti la portabilità e l'interoperabilità dei loro dati tra piattaforme diverse, al fine di consentire l'utilizzo delle funzionalità che esse offrono¹⁷.

14. In merito alle condotte poste in essere dalla Società, l'attività istruttoria ha consentito di rilevare quanto nel seguito specificato.

a. Sul diritto di recesso e ripensamento

15. Le informazioni relative al recesso e al ripensamento sono riportate nei Termini di Servizio sul sito *web* della Società <https://www.dropbox.com> nella sezione "Account a pagamento", che riporta il seguente testo: "*Nessun rimborso. Puoi cancellare il tuo conto Dropbox a pagamento in qualsiasi momento. I rimborsi vengono emessi solo se richiesto dalla legge. Ad esempio, gli utenti che vivono nell'Unione Europea hanno il diritto di cancellare la loro iscrizione al Conto a Pagamento entro 14 giorni dall'iscrizione, dall'aggiornamento o dal rinnovo di un Conto a Pagamento*"¹⁸.

¹¹ Cfr. Doc. N. 15.

¹² Cfr. Doc. N. 52.

¹³ Cfr. Docc. NN. 29-30.

¹⁴ Cfr. Doc. N. 34.

¹⁵ Cfr. Doc. N. 35.

¹⁶ Cfr. Doc. N. 38.

¹⁷ Cfr. Doc. N. 16 pp. 2-3.

¹⁸ Cfr. Doc. N. 16 pp. 4-5

16. La clausola in questione risulta dunque priva di indicazioni precise in merito alle circostanze nelle quali è legittimo richiedere il rimborso, rimandando alla pagina raggiungibile cliccando su “*richiesto dalla legge*” per maggiori dettagli al riguardo e per la modalità che l’utente dovrà seguire per ottenerlo.

b. Sui meccanismi extra-giudiziali di ricorso e reclamo a cui il Professionista è soggetto

17. Nei Termini di Servizio sul sito *web* <https://www.dropbox.com>, il Professionista cita esclusivamente una generica possibilità di risolvere le controversie in maniera informale, attraverso la seguente clausola contrattuale: “*Per prima cosa proviamo a risolvere le cose. È nostra intenzione affrontare i problemi senza che sia necessario ricorrere alle vie legali. Prima di presentare un reclamo nei confronti di Dropbox, l’utente accetta di provare a risolvere la controversia in maniera informale scrivendo all’indirizzo dispute-notice@dropbox.com. Proveremo a risolvere la disputa in maniera informale contattandovi via email*”¹⁹.

18. Al consumatore, vincolato da un contratto a distanza, non viene rappresentata la facoltà di servirsi di un meccanismo extra-giudiziale di conciliazione cui lo stesso Professionista risulta soggetto, non essendone indicati condizioni e termini per avervi accesso.

c. Sull’uso dei dati personali degli utenti a fini commerciali

19. Dropbox non risulta fornire all’utente un’informativa chiara e trasparente in merito all’attività di raccolta e alla finalità di utilizzo dei dati personali del cliente (nome, indirizzo *e-mail*, numero di telefono, dati relativi ai pagamenti, attività dell’account e cronologia di utilizzo).

20. Nella pagina di registrazione, attualmente, non è presente alcuna immediata informativa in merito, bensì unicamente un *box* in cui accettare i Termini Dropbox e uno in cui viene data la facoltà di spuntare un’apposita casella per dare il proprio consenso alla ricezione di comunicazioni di *e-marketing* relative a prodotti di Dropbox.

21. Nelle Norme sulla *privacy*, invece, Dropbox afferma che “*raccogliamo ed utilizziamo dati personali per esigenze commerciali legittime. Quando trattiamo i tuoi dati personali per altri scopi, chiediamo il tuo consenso in anticipo o richiediamo ai nostri partner di ottenere tale consenso. Per ulteriori informazioni sulle basi legali per il trattamento dei tuoi dati, consulta le Domande frequenti*”. Nella sezione 5 delle Domande Frequenti Dropbox dichiara anche di operare con “*aziende o individui che Dropbox incarica per fornire, migliorare, proteggere e pubblicizzare i Servizi Dropbox. Ad esempio, le terze parti di fiducia potrebbero accedere alle tue informazioni per fornire servizi di archiviazione dei dati, servizi IT o servizi di assistenza clienti per conto di Dropbox. Dropbox rimane responsabile della gestione dei tuoi dati secondo le nostre istruzioni. Le terze parti di fiducia sono:*

- *Dropbox, Inc.*
- *Amazon Web Services, Inc.*
- *Teleperformance A.E.*
- *Salesforce.com, LLC*
- *Serenova, LLC (precedentemente LiveOps Cloud Platform, LLC)*
- *Google LLC*

¹⁹ <https://www.dropbox.com/privacy#terms>.

- *Zendesk, Inc.*

- *Oracle America, Inc.*²⁰

La risposta della FAQ n. 10 sulla *Privacy*, presente sul sito *web* della Società, relativa alle categorie di informazioni personali incluse nelle informazioni raccolte e divulgate da Dropbox a terze parti di fiducia richiama il fatto che le “*informazioni sull’account potrebbero includere anche informazioni commerciali, come la cronologia o le tendenze relative ad acquisti o consumi*”.

22. La Società ha chiarito attraverso la documentazione agli atti:

a) che l’espressione “*per esigenze commerciali legittime*” presente nelle Norme Privacy allude all’attività di fornitura, protezione e miglioramento dei propri servizi nonché all’attività di promozione dei propri prodotti nel rispetto della normativa europea in materia di protezione dei dati (tra gli altri il General Data Protection Regulation o GDPR e la Direttiva e-Privacy)²¹;

b) il contenuto della risposta della FAQ n. 10 sulla Privacy è utilizzato per ottemperare a quanto prescritto nel California Consumer Privacy Act, che prevede di inserire una specifica formulazione, quando si fa riferimento alle tipologie di dati raccolti e divulgati, indipendentemente da quanto tale linguaggio descriva correttamente l’attività che l’azienda effettivamente svolge²².

Dalle evidenze acquisite in fase istruttoria, non risulta che Dropbox commercializzi i dati dei propri utenti o ne condivida le informazioni con altre Società, se non limitatamente a quelle necessarie per fornire i servizi da essa forniti, che gli utenti scelgono di abilitare^{*},²³.

3) Gli impegni del Professionista

23. Con la comunicazione pervenuta in data 20 ottobre 2020, il Professionista ha formulato una proposta di impegni²⁴.

24. Tali impegni, che sono allegati al presente provvedimento e ne costituiscono parte integrante, prevedono quanto segue.

Impegno I.A.: modifiche ai Termini di Servizio sezione "Account a pagamento" al fine di chiarire ulteriormente l'esercizio del diritto di recesso e del diritto al ripensamento

25. L’eliminazione delle espressioni che nella sezione “Account a pagamento” possano ingenerare ambiguità (“*Nessun rimborso*”), specificando che l’importo versato verrà restituito in caso di cancellazione entro quattordici giorni, evidenziando il *link* per accedere al modulo *online* (con

²⁰ Cfr. Doc. N. 3 e Doc. N. 16 pp. 10-14.

²¹ Cfr. Doc. N. 22 p. 2 del Verbale dell’audizione con Dropbox.

²² Cfr. Doc. N. 25: “*Dropbox è tenuta ad includere la predetta formulazione perché in alcuni casi potrebbe avvalersi di rivenditori terzi per promuovere i propri piani Dropbox Business (ma mai per promuovere l’attività di terzi). Tali rivenditori potrebbero contattare potenziali società acquirenti per proporre loro l’acquisto di Dropbox Business, e poi gestire tali clienti business*”.

^{*} Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

²³ Si veda la sezione “*Con chi*” delle Norme sulla *privacy* (<https://www.dropbox.com/privacy/>) nella quale è specificamente indicato che: “*Ci riserviamo il diritto di condividere i dati come discusso sopra, ma questi non saranno venduti a inserzionisti o ad altre terze parti*”. Inoltre, quando si rivolge a terze parti per “*fornire, migliorare, proteggere e pubblicizzare*” i propri servizi, Dropbox utilizza di norma *[omissis]* (Cfr. Doc. 16 All. 1). Dropbox fornisce informazioni dettagliate al riguardo nelle Domande Frequenti intitolate “*Le Norme sulla privacy di Dropbox: domande frequenti*” a cui si rimanda nelle Norme sulla *privacy*. Cfr. anche il Doc. N. 22 p. 2, Verbale dell’audizione con Dropbox.

²⁴ Cfr Doc. N. 16.

contenuto analogo a quello dell'Allegato I, parte B, del Codice del Consumo) ed inserendo nell'attuale sistema di reclami *online* di Dropbox una specifica opzione nel *menu* a tendina che riporti la dicitura "*Annullamenti e rimborsi*".

Impegno 1.B.: modifiche alla clausola relativa alla risoluzione delle controversie

26. L'inserimento dello specifico riferimento nei Termini di Servizio, in particolare nella sezione "*Risoluzione di controversie*", alla possibilità di accedere a un meccanismo di risoluzione extragiudiziale delle controversie e il *link* per accedere alla Piattaforma ODR promossa dalla Commissione Europea.

Gli impegni 1.A e 1.B verranno attuati entro due mesi dalla loro approvazione da parte dell'Autorità.

Impegno 2: modifica alla registrazione dell'account

27. La modifica della dicitura disponibile nel processo di registrazione e l'inserimento di un *link* alle Norme sulla Privacy nella casella di spunta per l'accettazione dei Termini di Servizio (oltre al *link* già disponibile in calce alla pagina di registrazione), in modo da mettere a disposizione degli utenti una chiara e trasparente informativa sulla *privacy* prima dell'attivazione dell'account.

Tale impegno verrà attuato entro tre mesi dall'approvazione da parte dell'Autorità.

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

28. Poiché le condotte oggetto del presente procedimento sono state diffuse o realizzate tramite *Internet*, in data 16 marzo 2021 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 16, commi 3 e 4, del Regolamento²⁵.

29. L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, con parere pervenuto in data 16 aprile 2021, ha ritenuto che "*nel caso di specie il mezzo Internet sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto parere a questa Autorità*"²⁶.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

30. L'Autorità ritiene che gli impegni proposti dal Professionista siano idonei a sanare i possibili profili di illegittimità delle condotte contestate nella comunicazione di avvio del procedimento.

31. In particolare, attraverso l'impegno *sub* 1.A., come sopra richiamato, il Professionista elimina le espressioni che possono ingenerare ambiguità in merito alla facoltà del consumatore di esercitare il diritto di ripensamento entro i quattordici giorni dall'attivazione del servizio con rimborso dell'importo pagato, rendendo agevole la modalità per accedere al modulo di richiesta per la restituzione della somma versata tramite un *link* inserito direttamente nella clausola.

32. Attraverso l'impegno *sub* 1.B., come sopra richiamato, il Professionista garantisce al consumatore il diritto di potersi avvalere, in caso di controversie, di un meccanismo di risoluzione

²⁵ Cfr. Doc. N. 35.

²⁶ Cfr. Doc. N. 38.

extragiudiziale delle controversie tramite la Piattaforma ODR promossa dalla Commissione Europea.

33. Per quanto attiene alla condotta descritta al Punto II. lett. b), consistente nella carenza informativa sull'utilizzo dei dati personali degli utenti, in fase di registrazione dell'account per accedere al servizio offerto, la misura *sub 2)* assunta dal Professionista, riguarda l'inserimento, nella suddetta schermata di registrazione dell'account, di un *link* di immediata accessibilità alle Norme sulla Privacy.

34. Attraverso l'impegno *sub 2)*, quindi, il Professionista garantisce al consumatore la possibilità di essere informato adeguatamente, prima dell'adesione al servizio, sulle finalità di utilizzo e di condivisione con terzi dei propri dati personali, che le evidenze istruttorie hanno mostrato essere solamente quelli necessari al Professionista per assicurare la funzionalità del servizio offerto²⁷.

35. Alla luce delle suesposte considerazioni, si ritiene che gli impegni presentati soddisfino i requisiti previsti dall'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo.

RITENUTO alla luce di quanto precede, che gli impegni presentati dalla società Dropbox International Unlimited Company, nei termini sopra esposti, siano idonei a far venir meno i possibili profili di scorrettezza delle condotte, oggetto di istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti della società Dropbox International Unlimited Company;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione;

DELIBERA

a) di rendere obbligatori, nei confronti della società Dropbox International Unlimited Company, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, gli impegni presentati dalla Società in data 20 ottobre 2020, come descritti nel formulario allegato al provvedimento;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'art. 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

c) che la società Dropbox International Unlimited Company, entro novanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informi l'Autorità dell'avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

a) il Professionista non dia attuazione agli impegni;

b) si modifichi la situazione, di fatto, rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;

²⁷ Cfr. la sezione "Con chi" delle Norme sulla *privacy* nella quale è specificamente indicato che: "Ci riserviamo il diritto di condividere i dati come discusso sopra, ma questi non saranno venduti a inserzionisti o ad altre terze parti". Inoltre quando si rivolge a terze parti per "fornire, migliorare, proteggere e pubblicizzare" i propri servizi, Dropbox utilizza di norma [omissis], dati che sono quelli strettamente necessari alla fornitura dei servizi.

c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalla Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza, l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

VARIE

CONTO CONSUNTIVO PER L'ESERCIZIO 2020

Provvedimento n. 29628

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 13 aprile 2021;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287, e in particolare l'articolo 10, comma 7;

VISTO l'articolo 39 del Regolamento per la disciplina dell'autonomia contabile dell'Autorità, pubblicato sul Bollettino ufficiale dell'Autorità n. 40 del 9 novembre 2015 (di seguito "Regolamento"), concernente il Conto consuntivo;

VISTO il Conto consuntivo per l'esercizio 2020 costituito dai documenti di seguito riportati, predisposti dalla Direzione Generale Amministrazione - Direzione Bilancio e Ragioneria ai sensi dell'articolo 33 del Regolamento:

Sezione 1: relazione illustrativa

Sezione 2: nota integrativa

- entrate

- spese

- analisi delle principali voci di spesa

- indicatori attesi di bilancio

Sezione 3: rendiconto finanziario

- variazioni apportate nel corso del 2020 agli stanziamenti del bilancio di previsione 2020

- composizione dei residui attivi e passivi per ammontare e per anno di formazione

- delibera di riaccertamento dei residui

- movimenti del fondo di riserva

- movimenti relativi al fondo T.F.R., I.F.R. e *lump sum*

Sezione 4: contabilità economico patrimoniale

- conto economico

- stato patrimoniale

Sezione 5: situazione amministrativa

- situazione amministrativa al 31 dicembre 2020

- situazione finanziaria al 31 dicembre 2020

- destinazione dell'avanzo di amministrazione accertato al 31 dicembre 2020

Sezione 6: concordanza tra le scritture dell'Autorità e i prospetti di dati SIOPE

- relazione

Prospetti rendiconto finanziario decisionale al II livello delle entrate e delle uscite

Prospetto rendiconto finanziario decisionale al II livello delle uscite con missioni e programmi

Prospetti rendiconto finanziario gestionale al V livello delle entrate e delle uscite

Prospetto rendiconto finanziario gestionale al V livello delle uscite con missioni e programmi;

VISTO il parere favorevole sul Conto consuntivo per l'esercizio 2020 espresso dal Collegio dei revisori dei conti in data 26 marzo 2021, a norma del comma 2, dell'articolo 39, del Regolamento;

VISTO l'articolo 28, comma 9, della Legge 28 dicembre 2001, n. 448 che statuisce la pubblicazione dei bilanci consuntivi delle Autorità indipendenti in allegato allo stato di previsione della spesa del Ministero dell'Economia e delle Finanze;

VISTO il d.lgs. 14 marzo 2013, n. 33, come modificato in ultimo dal d.lgs. 25 maggio 2016, n. 97, recante il *“Riordino della disciplina riguardante il diritto di accesso civico e gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni”*, il quale all'articolo 29, comma 1, prevede che *“... le pubbliche amministrazioni pubblicano i documenti e gli allegati del bilancio preventivo e del conto consuntivo entro trenta giorni dalla loro adozione, nonché i dati relativi al bilancio di previsione e a quello consuntivo in forma sintetica, aggregata e semplificata, anche con il ricorso a rappresentazioni grafiche, al fine di assicurare la piena accessibilità e comprensibilità.”*;

DELIBERA

1. di approvare il Conto consuntivo dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato per l'esercizio 2020 nonché i prospetti richiamati nelle premesse, allegati alla presente delibera;
2. di trasmettere la presente delibera, corredata dal Conto consuntivo per l'esercizio 2020:
 - al Ministero dell'Economia e delle Finanze, in via telematica, ai fini della pubblicazione ai sensi del citato articolo 28, comma 9, della Legge 28 dicembre 2001, n. 448;
 - alla Corte dei Conti per il controllo previsto dall'articolo 10, comma 7, della Legge 10 ottobre 1990, n. 287;
3. di pubblicare la presente delibera e i rendiconti finanziari decisionali e gestionali per l'esercizio 2020 nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana e sul sito istituzionale dell'Autorità.

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

***Autorità garante
della concorrenza e del mercato***

Bollettino Settimanale
Anno XXXI- N. 20 - 2021

Coordinamento redazionale

Giulia Antenucci

Redazione

Valerio Ruocco, Simonetta Schettini, Manuela Villani
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Ufficio Statistica e Applicazioni Informatiche
Piazza Giuseppe Verdi, 6/a - 00198 Roma
Tel.: 06-858211 Fax: 06-85821256

Web: <http://www.agcm.it>

Realizzazione grafica

Area Strategic Design
