

Roma, 22 febbraio 2016

Spettabile
Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni
Direzione Sviluppo dei servizi digitali e della Rete
Ufficio Sviluppo infrastrutture e servizi digitali, governance di internet e garanzia della non discriminazione
Centro Direzionale, Isola B5, Torre Francesco
80143 Napoli
All'attenzione del responsabile del procedimento
Ing. Loredana Vajano
Via PEC all'indirizzo: agcom@cert.agcom.it
Via e-mail all'indirizzo: dsd.regolamentazione@agcom.it

OGGETTO: Contributo congiunto AIIP, Cloudditalia, Tiscali e Welcome su “Linee guida per la valutazione della replicabilità delle offerte al dettaglio dell'operatore notificato” (Consultazione pubblica “Riavvio del procedimento istruttorio avente ad oggetto “Obblighi di non discriminazione: aggiornamento della metodologia dei test di replicabilità” di cui alla delibera n. 537/13/CONS aggiornamento della metodologia dei test di replicabilità di cui alla delibera n. 660/15/CONS)

Premessa

La consultazione in oggetto riveste una importanza eccezionale per il mercato degli operatori ed internet service provider a causa della ormai avvenuta ed irreversibile cancellazione di qualunque rimedio di natura regolamentare sui mercati al dettaglio.

Ciò significa che la sopravvivenza stessa sul mercato degli operatori alternativi ed internet service provider dipende, in larga misura, dall'efficacia delle verifiche regolamentari tese ad evitare o comunque a disincentivare comportamenti discriminatori sia di natura economica che tecnica da parte dell'operatore SMP.

La articolata ricostruzione del quadro normativo e regolamentare svolta in premessa del testo posto a consultazione conferma in pieno questa valutazione. Agcom ricorda, infatti, che la “Raccomandazione sui costi e sulla non discriminazione” della CE e le linee guida del Berec “Guidance on the regulatory accounting approach to the economic replicability test” forniscono indicazioni che, se correttamente implementate, sarebbero potenzialmente idonee a rimuovere remedies sui mercati all'ingrosso.

Non vale certo il viceversa.

Ed infatti la delibera 623/15/CONS con la quale Agcom ha portato a termine il terzo ciclo di analisi dei mercati dei servizi di accesso alla rete fissa, ha pienamente confermato gli obblighi di non discriminazione le cui condizioni attuative sono contenute nella vigente delibera sui test di prezzo (499/10/Cons, integrata dalla 604/13/Cons per i servizi NGAN) e le relative evoluzioni, oggetto del presente procedimento.

Anzi, in sede di analisi di mercato Agcom ha:

- osservato un forte rischio di comportamenti anticompetitivi di TIM tramite promozioni e bundle (cfr. §222 del. 623/15/CONS);
- preso atto delle accertate pratiche anticompetitive di TIM, tutte peraltro con effetti soprattutto sui servizi *retail* alla clientela business (§316 e ss. del. 623/15/CONS);
- evidenziato l'esigenza di un rafforzamento delle misure di non discriminazione (cfr. § 325 Dl. 623/15/CONS).

Si può quindi sintetizzare che questo procedimento rappresenta il baluardo della difesa di una effettiva concorrenza del mercato, ancor più dei provvedimenti relativi alle analisi di mercato, e da esso ci si attende una particolare attenzione alla replicabilità delle promozioni, alla replicabilità delle offerte alla clientela business, nonché un adeguamento in termini di rafforzamento delle tutele ad oggi dimostratesi nei fatti inefficaci (v. ancora i casi *antitrust*).

Considerate tali premesse, desta stupore che l'impostazione del testo posto a consultazione su un tema così cruciale, appaia teso a ridurre/alleggerire/semplificare, anziché ampliare/rafforzare l'efficacia degli strumenti messi a disposizione del regolatore per le verifiche di propria competenza sia in termini procedurali, sia in termini di strumenti (test di prezzo).

Rimandando per i dettagli alla risposta alle singole domande, appare particolarmente sorprendente:

- a) la proposta di rimuovere i test di tipo "*period by period*" i quali, a dire della stessa Agcom, nella esperienza di applicazione dei vigenti test di prezzo varati con la delibera 499/10/Cons, sono gli unici che hanno dato, talvolta, esito negativo sulle offerte di Telecom Italia, determinando la necessità di una revisione delle medesime per evitare "*margin squeeze*";
- b) la ipotesi di mantenere come unico strumento i test di tipo "*DCF*" tipicamente basati, per stessa ammissione dell'Agcom, su ipotesi la cui verifica avviene necessariamente "*ex post*", ovvero in un momento in cui non è più possibile bloccare la commercializzazione dell'offerta che è l'unico rimedio attualmente previsto da Agcom;
- c) che nello scenario ipotizzato di alleggerimento degli strumenti di verifica e di semplificazione delle procedure, pur in presenza di un vero e proprio "*bombardamento*" (circa tremila verifiche!) di offerte di Telecom Italia di cui la maggior parte appaiono palesemente aventi natura promozionale, l'Agcom non ritenga opportuno dotarsi formalmente dell'unico strumento realmente efficace: il ribaltamento delle promozioni sul mercato wholesale. In considerazione delle attuali caratteristiche delle offerte retail, appare del tutto evidente che il ribaltamento delle promozioni retail sul mercato wholesale sarebbe, nella maggior parte dei casi, l'unico rimedio con vera efficacia pro-competitiva e, per definizione, l'unica misura possibile laddove il "*margin squeeze*" sia accertato in esito a verifiche a consuntivo dopo l'avvio della commercializzazione dell'offerta. Eppure questo rimedio non è contemplato nel testo posto a consultazione né a preventivo né a consuntivo;
- d) che sia stato completamente ignorato nei test di prezzo il mercato retail corrispondente al "mercato 4" della Raccomandazione n. 2014/710/UE ("Accesso all'ingrosso di alta qualità

tiscali:

welcome® italia

alla postazione fissa”). Ciò significa che TI, nemmeno in esito alla emanazione del provvedimento, sarebbe soggetta ad alcuna verifica ex ante, ex post, di natura tecnica o economica, in relazione ad offerte i cui input di rete essenziali (W) sono i circuiti dedicati in fibra ottica (cd “terminating ethernet”). Questa dimenticanza è sorprendente visto che nel provvedimento di approvazione del OR 2014 (delibera 167/15/Cir) in particolare relativa all’Offerta “Circuiti Terminating Ethernet su Fibra Ottica”, Agcom afferma che la copertura NGAN (FTTC + FTTH) è ancora del tutto residuale in termini di U.I.; questa dimenticanza è altresì sorprendente atteso che la circostanza era già stata segnalata agli Uffici in indirizzo nel precedente contributo di AIIP del 20.01.2014, nonché grave considerato che tali servizi sono pacificamente venduti al pubblico da TIM da vario tempo, mentre gli operatori alternativi potranno finalmente fruire dell’offerta *wholesale* regolamentata solo da fine marzo 2016, di talché i servizi retail di TIM avrebbero già dovuto essere bloccati per palese non replicabilità tecnica;

- e) che le procedure continuino a non prevedere un contraddittorio con gli operatori, in contrasto con le note sentenze del Consiglio di Stato in materia di ULL e BS che si basavano su principi generali tuttora pienamente validi (cfr. sent. Cons. Stato 6527 e 6529 del 2008¹).

“da un lato, non sussiste un meccanismo automatico di riversamento delle offerte promozionali retail sul mercato wholesale bitstream; dall’altro, che la fase della verifica va condotta in conformità alla sua natura di procedimento accertativo della necessità, o meno, di misure coinvolgenti direttamente i contrapposti interessi del gestore della rete e degli operatori concorrenti sullo stesso mercato di accesso ai servizi intermedi. Ciò significa, che, in applicazione delle norme generali e specifiche di partecipazione procedimentale, le quali devono intendersi naturalmente riferite alla fattispecie anche senza espresso richiamo, la verifica va condotta in contraddittorio con la platea degli operatori economici interessati, che devono tutti essere sentiti al fine di fare presenti le rispettive osservazioni sulla verifica condotta dall’Autorità” (cfr. sent. cit. par. 3.3, pagg. 18-19).

1.

D. 1. Si condivide la possibilità di confermare la metodologia dei test di prezzo attualmente in vigore?

La risposta alla domanda è affermativa nella misura in cui si ventila, nelle domande successive, la eliminazione della analisi *period by period*, nonostante l'Agcom stessa affermi, al paragrafo 55, che tale analisi si è rilevata "il test maggiormente stringente per valutare la replicabilità economica".

Ad avviso di chi scrive, questa analisi di replicabilità non solo andrebbe confermata, ma anche estesa alle offerte *entry level* ed alle offerte innovative o cosiddette *rush*, oggi escluse sulla base della circolare Agcom dell'8 luglio 2011.

Non si capisce davvero - e comunque non si condivide - il motivo per cui siano state "esonerate" da analisi di tipo *period by period* queste tipologie di offerte le quali, forse più ancora delle offerte relative a servizi/mercati "maturi", si prestano a potenziali fenomeni di pre-emption del mercato nella misura in cui sono caratterizzate da promozioni che lasciano presupporre la non replicabilità da parte dei concorrenti.

Le società scriventi ritengono che questo "esonero" sia accettabile alla sola condizione che queste tipologie di offerte siano accompagnate da omologhe promozioni a livello wholesale.

D. 2. Si ritiene necessario procedere all'adeguamento dell'attuale metodologia dei test di prezzo?

D. 3. Si condividono i presupposti generali dell'aggiornamento?

Sostenere che la semplificazione dei modelli computazionali ed la automazione delle procedure possa avvenire senza ridurre l'accuratezza e l'efficacia dei controlli è semplicemente uno slogan a meno che detta semplificazione ed automazione non trovi riscontro in una semplificazione ed automazione delle misure proposte spontaneamente dall'operatore SMP o adottate da Agcom.

Se così non fosse, non si vede come si possa mantenere accuratezza ed efficacia nei controlli, quando l'Agcom stessa evidenzia che ha svolto 3.000 valutazioni di replicabilità il cui esito può essere solo la approvazione o un diniego alla commercializzazione di una offerta.

Ad eccezione delle conclusioni, tutte le premesse svolte dall'Agcom in questo paragrafo sono del tutto condivisibili: la crescente prassi di TI di fare offerte congiunte, l'introduzione di vincoli di permanenza, la proliferazione di opzioni. Non sfugge a chi scrive che sia sempre più difficile valutare la replicabilità di queste offerte da parte degli Uffici, a meno che non si preveda l'obbligo di ribaltare tutte queste promozioni a livello wholesale.

Solo questa trasposizione riporta le valutazioni più complesse nell'alveo di un confronto omogeneo retail-wholesale, a maggior ragione se si pensa di valutarle con una metodologia DCF nella quale si introduce l'ulteriore aleatorietà delle ipotesi sul "take over" della clientela.

D. 4. Si condivide l'opportunità di adeguare ed aggiornare gli aspetti della metodologia dei test di prezzo sopra elencati?

D. 5. Si ritiene che vi siano ulteriori elementi generali propri dei test di prezzo che andrebbero modificati?

Paragrafo 75 - la affermazione per cui si potrebbero ricondurre le verifiche al solo test *DCF* appare priva di reali giustificazioni, probabilmente perché contrastante con quanto Agcom afferma nel precedente provvedimento sui test di prezzo e conferma nella presente istruttoria riguardo alla inadeguatezza di questo strumento se non abbinato ad una analisi *period by period*.

Paragrafo 76 - la considerazione sulla difficoltà di distinguere talvolta la natura dei costi (fissi, semi-variabili, variabili) è condivisibile, ma l'Agcom ha ampiamente chiarito, in altri provvedimenti, che la metodologia dei costi LRIC o LRAIC applicabile ai costi di rete debba comunque considerare tutti i costi comuni e congiunti sia di tipo fisso che variabile².

Paragrafo 77 – non risponde al vero che la valutazione *period by period* vincoli l'operatore SMP a un elevato grado di rigidità nella propria proposizione commerciale. Sarebbe infatti sufficiente accompagnare le offerte retail con omologhe promozioni a livello wholesale, prassi che peraltro l'operatore SMP adottava pressoché sistematicamente prima della introduzione dei test di prezzo.

Paragrafo 78 – anche in questo caso la affermazione dell'Agcom “è lecito consentire pratiche di sovvenzionamento purchè non sottendano comportamenti anti-discriminatori con finalità anti-competitive” pare uno slogan, nella misura in cui non si spiega in alcun modo di quali strumenti intenda dotarsi l'Agcom per verificare ed accertare che questo grave ed imminente pericolo non si concretizzi. Pare purtroppo evidente che questi strumenti non possono che essere una analisi sempre più accurata - e non certo meno accurata – delle offerte, oppure un meccanismo di ribaltamento automatico delle promozioni che riduca *in nuce* la complessità dell'analisi di replicabilità.

Tertium non datur.

Paragrafo 79 – si concorda sulla necessità di ridurre significativamente la durata dei piani di acquisizione della clientela ai fini di rendere efficaci i test *DCF*. Tuttavia Agcom non fornisce assicurazioni riguardo alla efficacia di questo test con durata “ridotta” rispetto al test “*period by period*” ai fini della rilevazione di sussidi incrociati fra sotto-periodi di osservazione.

In assenza di questa assicurazione si può al limite concordare su un provvisorio mantenimento dei due test ed un successivo abbandono del test “*period by period*” solo ove i relativi esiti dovessero risultare sistematicamente meno stringenti del test *DCF* con durata di piani di acquisizione ridotta

Paragrafo 83 – si concorda sulla opportunità di fare valutazioni di tipo “*stand alone*” laddove il “*bundle*” si rilevi, nei fatti, la unione di due offerte “*abbinare commerciali*”

Paragrafo 84 – la casistica evidenziata di clausole di esclusiva applicate a servizi non regolati ricadono esattamente nel concetto sopra enunciato, ma non declinato, di pratiche commerciali che sottintendono comportamenti discriminatori, con finalità anti-competitive.

Andrebbero quindi vietate.

Paragrafo 85 – le scriventi non sono contrarie alla applicazione di un sistema automatizzato basato su un modulo prestampato che rifletta i casi più frequenti di istanze, tuttavia ribadiscono che la semplificazione delle attività di competenza dell'Agcom non possono che realizzarsi se a detta “standardizzazione” delle istanze corrisponda una “standardizzazione” delle conseguenti misure finalizzate ad evitare comportamenti discriminatori. Per essere più concreti, non si ravvisa nessuna difficoltà ad automatizzare o semplificare la procedura di comunicazione ed approvazione di una nuova promozione o di una proroga di un contributo di attivazione su una offerta già sottoposta al vaglio di Agcom, purchè ad essa corrisponda una omologa promozione sul mercato wholesale.

D. 6. Si condividono le valutazioni svolte circa i vantaggi e gli svantaggi connessi all'applicazione dei test di prezzo in logica EEO e REO?

D. 7. Quale, tra le opzioni proposte per la valutazione dei costi di input di rete non regolati si ritiene maggiormente appropriata?

D. 8. Si condividono le logiche proposte per l'imputazione di costi fissi, variabili ed investimenti?

² Delibera 499-10-Cons Par A8 “i costi LRIC includono sia i costi variabili che quelli fissi aggiuntivi direttamente attribuibili al servizio a fronte di un incremento della produzione”

E' opportuna una premessa alla domanda relativa ai costi relativi agli input wholesale.

Le società scriventi condividono che il riferimento di tali costi debbano essere le Offerte di Riferimento di Telecom Italia.

Considerando, tuttavia, che tali costi sono finalizzati ad una verifica di replicabilità, è opportuno precisare che essi debbano essere valutati considerando tutte le componenti di costo cui sono soggetti gli operatori alternativi e pertanto, a titolo esemplificativo e non esaustivo, anche i costi di interconnessione.

In altre parole, ad avviso delle scriventi, deve essere considerata nella analisi di replicabilità ogni tipologia di costo – ovviamente pertinente alla offerta retail in fase di analisi - cui sono soggetti gli operatori alternativi, inclusi quelli che potrebbero, in linea teorica, non essere attribuibili alle divisioni commerciali dell'operatore SMP in virtù della sua natura di operatore verticalmente integrato.

Riguardo alle due opzioni (A e B) per la valutazione di input di rete non regolati, le società scriventi sono favorevoli all'opzione B (REA).

Tuttavia si ritiene ragionevole, in un'ottica di semplificazione delle attività del regolatore, adottare sistematicamente un approccio di tipo "adusted EEO" laddove le Offerte di Riferimento riportino il prezzo di servizi non regolati ex-ante da Agcom (es "trasporto long distance") o comunque Offerte Commerciali (es "Offerta relativa ai servizi di raccolta, terminazione e transito non regolamentati") ovviamente a prezzo pieno (i.e. non scontate) e con un aggiustamento al rialzo dovuto alle differenti efficienze di costo conseguibili dall'operatore SMP rispetto ai propri concorrenti.

Si condividono le logiche di imputazione espone in relazione ai costi variabili ed agli investimenti specifici per il lancio e la commercializzazione di una nuova offerta.

Per quanto riguarda i costi fissi, le società scriventi ritengono preferibile il mantenimento delle modalità applicative vigenti le quali prevedono che i costi di natura non ricorrente vengono imputati in quota media mensile, calcolata sulla base del periodo di permanenza media del cliente nell'offerta e non sulla (piu lunga) durata bilancistica di ammortamento

Non si ritiene, infine, condivisibile che l'investimento in comune a più offerte debba essere ammortizzato ai fini di una valutazione di tipo DCF. Ad avviso di chi scrive tale investimento deve essere imputato pro-quota a tutte le offerte cui si riferisce con il valore "pieno" e non ammortizzato, in coerenza con il criterio relativo agli investimenti relativi ad una singola nuova offerta.

- D. 9. Si condivide l'elenco dei servizi *wholesale* che costituiscono il mix produttivo applicabile alle verifiche relative ad offerte di servizi di accesso *narrowband*?**
- D. 10. Si condivide l'elenco dei servizi *wholesale* che costituiscono il mix produttivo applicabile alle verifiche relative ad offerte di servizi di accesso *broadband*?**
- D. 11. Si condivide l'elenco dei servizi *wholesale* che costituiscono il mix produttivo applicabile alle verifiche relative ad offerte di servizi di accesso *ultrabroadband* in tecnologia FTTC?**
- D. 12. Si condivide l'elenco dei servizi *wholesale* che costituiscono il mix produttivo applicabile alle verifiche relative ad offerte di servizi di accesso *ultrabroadband* in tecnologia FTTH?**
- D. 13. Si condivide la modalità di definizione dei pesi del mix produttivo applicabile alle verifiche relative ad offerte di servizi di accesso *narrowband*?**
- D. 14. Si condivide la modalità di definizione dei pesi del mix produttivo applicabile alle verifiche relative ad offerte di servizi di accesso *broadband*?**

- D. 15. Si condivide la modalità di definizione dei pesi del mix produttivo applicabile alle verifiche relative ad offerte di servizi di accesso *ultrabroadband* in tecnologia FTTC?**
D. 16. Si condivide la modalità di definizione dei pesi del mix produttivo applicabile alle verifiche relative ad offerte di servizi di accesso *ultrabroadband* in tecnologia FTTH?

Si condivide l'elenco dei servizi wholesale che costituisce il mix produttivo applicabile alle verifiche delle offerte con l'eccezione di quanto indicato in premessa.

Si ritiene che Agcom dovrebbe integrare questo elenco con il servizio terminating Ethernet i cui costi rappresentano l'elemento di rete essenziale (W) per la valutazione di replicabilità delle offerte FTTH di Telecom Italia rivolte al mercato business (es. Fibra Ethernity)

Per quanto riguarda la definizione dei pesi, si condivide il mix applicabile ai servizi di accesso ultrabroadband in tecnologia FTTC/FTTH, in quanto basati sulle misure percentuali con le quali gli operatori alternativi utilizzano effettivamente le soluzioni di accesso disponibili.

Si ritengono, invece, superati i presupposti alla base dei mix di prezzo delle offerte broadband in quanto riflettono uno scenario regolamentare superato (valido fino al 2012) in cui si era applicato il principio del "mantenimento dello spazio economico" fra le offerte wholesale ai fini della incentivazione alla infrastrutturazione.

Nello scenario attuale in cui tutte le soluzioni di accesso (incluso WLR e Bistream Naked) sono basate sull'orientamento al costo, si ritiene più appropriato un mix produttivo che consideri semplicemente il diverso uso percentuale delle diverse possibili soluzioni di accesso.

Ciò significa che, ad esempio, le linee bitstream attestate su centrali ULL dovrebbero essere considerate nel mix produttivo "bitstream" e non in quello "ull"

- D. 17. Si condivide l'ipotesi di impiegare un unico test, basato su modello di verifica di tipo DCF?**
D. 18. Si condivide la proposta relativa alla durata del *relevant time period* di riferimento per la valutazione di offerte *narrowband* e *broadband*?
D. 19. Si condivide la proposta relativa alla durata del *relevant time period* di riferimento per la valutazione di offerte *ultrabroadband*?
D. 20. Si chiede di trasmettere dati ed elementi di valutazione utili alla definizione del periodo di permanenza media dei clienti sulle offerte *ultrabroadband*.
D. 21. Si condivide la proposta relativa alla durata del piano di acquisizioni dell'offerta sottoposta al test di prezzo?

Non si condivide l'ipotesi di svolgere un unico test di tipo DCF per le ragioni già esposte nelle risposte alle domande precedenti.

Si concorda con la riduzione del piano di acquisizioni da annuale a mensile e si propone di mantenere i due test almeno per un periodo di un anno, disponendo che il test "period by period" possa essere abbandonato solo ove i relativi esiti dovessero risultare sistematicamente meno stringenti del test DCF con durata di piani di acquisizione ridotta a un mese.

In questo momento non si dispone di dati "solidi" riguardo al "churn" dei clienti ultrabroadband a causa della loro recente introduzione sul mercato, si ritiene quindi preferibile che il *relevant time period* delle offerte ultrabroadband sia, di norma, di due anni come per le offerte broadband.

Si condivide che il periodo di permanenza minima vincolata di una offerta debba essere preso in considerazione ai fini dell'eventuale allungamento del *relevant time period* da due a tre anni.

D. 22. Si condivide la descrizione dei vari casi di offerte in *bundle* o in abbinata commerciale e le relative modalità di test proposte?

Si premette che, ad avviso di chi scrive, la pratica del “tying” così come declinata nel testo sottoposto a consultazione (vd nota 21) debba essere vietata in quanto configurante una pratica commerciale che sottintende comportamenti discriminatori, con finalità anti-competitive.

Si condivide che laddove nel “bundle” di due offerte sia possibile scorporare la componente di offerta riconducibile a servizi di accesso regolati (“abbinata commerciale”) sono quest’ultima debba essere assoggettata a test di prezzo.

D. 23. Si condivide la formula generale del test di replicabilità?

Si

D. 24. Si condividono le modalità di determinazione dei ricavi?

Si

D. 25. Si condividono le modalità di valutazione dei costi relativi ad *input* di rete essenziali?

Si

D. 26. Si ritiene risulti maggiormente appropriata la modalità di valutazione dei costi relativi ad *input* di rete non essenziali basata sull’approccio EEO o REO?

Vd. risposta alla domanda D7

**D. 27. Si condivide la valorizzazione mediante *mark-up* dei costi a valle?
D. 28. Si condivide la quantificazione delle percentuali proposte?**

Si ritiene che la valorizzazione mediante mark-up dei costi a valle dovrebbe essere accompagnata da verifiche puntuali sugli specifici costi commerciali e margini di profitto.

Per quanto riguarda la quantificazione delle percentuali proposte, alla luce del fatto che esse debbono includere oltre alla copertura di tutti i costi a valle dei fattori produttivi essenziali e non essenziali inclusivi di un ragionevole margine di profitto, si ritiene necessario aumentarle (quelle fino ad ora applicate hanno gravemente pregiudicato l’efficacia del test) e si reputa ragionevole che vengano tutte aumentate almeno del 5% rispetto alla proposta Agcom ovvero

- a) Clienti residenziali: 30%
- b) Clienti affari: 25%
- c) Procedure ad evidenza pubblica per la selezione del fornitore: 15%.

D. 29. Si condividono le modalità di utilizzo del *benchmark* di mercato?

Si

D. 30. Si condivide la previsione di una verifica a consuntivo dell'offerta?

D. 31. Si condividono i rimedi previsti in caso di mancato superamento del test DCF svolto a posteriori?

D. 32. Si condivide l'impiego del WACC regolatorio per l'attualizzazione dei flussi di cassa?

La verifica delle offerte a consuntivo è una condizione assolutamente imprescindibile nei test di prezzo di tipo *DCF* dal momento che tale valutazione si basa su dati di tipo previsionale che, in assenza di una verifica, rimarrebbero privi di qualsivoglia riscontro, vanificando potenzialmente l'attendibilità di tutti i test di replicabilità.

Per quanto riguarda i rimedi previsti, al di là del fatto che pare un evidente rifiuto la frase "l'operatore alternativo può procedere ad una riduzione dei prezzi all'ingrosso" le società scriventi non hanno memoria di autonome iniziative dell'operatore SMP tese a ridurre "spontaneamente" i propri prezzi all'ingrosso.

E', invece, al di fuori dei poteri del regolatore disporre modifiche ai prezzi delle offerte retail, quantomeno per i clienti che hanno già aderito ad offerte bloccate solo in esito a verifiche ex-post basate sui dati a consuntivo.

Stesso discorso vale per eventuali modifiche alle offerte wholesale i cui meccanismi di fissazione dei prezzi sono annuali o pluriennali, in ogni caso del tutto svincolati dalle tempistiche di approvazione e verifica delle offerte mediante metodologia *DCF*.

I rimedi previsti in questo paragrafo sono quindi inefficaci o impraticabili in particolare per le valutazioni ex-post.

Appare evidente che l'unico rimedio possibile, sia pur con efficacia parziale, in caso di mancato superamento del test *DCF* svolto ex-post, sia il ribaltamento retroattivo delle promozioni non ribaltate sul mercato wholesale.

L'efficacia di questo meccanismo è parziale poiché ristora l'operatore alternativo per i maggiori costi sostenuti e non per le quote di mercato che gli sono state sottratte in esito al margin squeeze accertato ex-post, va quindi integrato con una opportuna azione sanzionatoria.

La società scriventi condividono l'uso del WACC regolatorio per l'attualizzazione dei flussi di cassa.

D. 33. Si condividono le previsioni circa gli aspetti procedurali delle verifiche?

Si ritiene che al paragrafo 197 e 200 la parola "può" debba essere sostituita con "deve".

Per quanto riguarda i rimedi di cui al paragrafo 198 vale quanto scritto ai paragrafi precedenti riguardo alla inefficacia del rimedio costituito dalla mancata approvazione dell'istanza che deve essere necessariamente integrato dallo rimedio del ribaltamento delle promozioni sul mercato wholesale per le analisi di replicabilità con esito negativo ex post.

D. 34. Si condividono le modalità di valutazione delle offerte formulate in ambito "gara"?

Non si capisce, francamente, per quale motivo la analisi di replicabilità delle offerte in ambito “gara” debbano essere caratterizzate, oltre che da un fattore percentuale “R” particolarmente penalizzante (solo 10%) anche da una modalità di valutazione dei costi relativi ai fattori produttivi non essenziali (Xgara) incoerente e più penalizzante rispetto a quella applicata per i fattori produttivi essenziali, in quanto basata sul criterio dei costi incrementali di breve periodo (costi diretti evitabili).

Ciò significa, in buona sostanza, che a Telecom Italia sarebbe consentito di non considerare i cosiddetti “sunk costs” ai fini della analisi di replicabilità, ponendola quindi potenzialmente in condizioni di proporre, in ambito di gare, prezzi sistematicamente più competitivi dei propri concorrenti che desiderano legittimamente recuperare tutti i costi sostenuti.

Non si possono pertanto condividere le modalità di valutazione dei costi relativi ai fattori produttivi non essenziali (Xgara) di tipo SRIC (Short Run Incremental Cost) poiché sarebbero idonee ad escludere dal mercato anche gli operatori che riescano nel già difficile compito di annullare il gap “fisiologico” che deriva dalle minori economie di scala e di scopo rispetto a TI.

D. 35. Si condividono le modalità di valutazione della replicabilità tecnica?

Le misure proposte sono condivisibili.

Si ritiene opportuno integrare le “regole” precisando che non deve mai accadere che la divisione retail di Telecom Italia offra servizi o comunque formuli offerte in aree in cui non è disponibile per i propri concorrenti la copertura di idonei servizi all’ingrosso.

In esito a motivate segnalazioni in tal senso si propone di integrare il testo specificando che in tal caso Agcom proceda d’ufficio all’avvio di procedimenti sanzionatori

D. 36. Si chiede di fornire ogni elemento di valutazione utile alla valorizzazione dei suddetti parametri.

Ad avviso delle scriventi la maggior parte di questi parametri possono essere valorizzati sulla base di standard di costo già oggetto di valutazione nelle varie offerte di riferimento, la cui applicazione alle analisi di replicabilità avvenire attraverso opportuni “drivers” (lunghezza media collegamenti, fattori di riempimento, numero di linee per sito, numero di moduli per sito,...) che non possono che essere forniti, in prima battuta, da Telecom Italia.

Si ritiene tuttavia, necessario che i drivers di riferimento forniti da Telecom Italia siano oggetto di verifiche periodiche da parte di Agcom svolte in contraddittorio con gli operatori alternativi. Particolare attenzione dovrebbe essere dedicata al dimensionamento della banda Ethernet di raccolta, nel senso che l’analisi dovrebbe considerare i valori effettivi se del caso anche verificando sul campo quelli dichiarati per utente da TIM.

Va invero considerata la necessaria congruità fra la banda dichiarata da TIM ai fini delle analisi di replicabilità e quella dichiaratamente riservata per utente in sede di approvazione dell’OR, per sostenere l’esigenza di una differenziazione del prezzo per profili: non si può da una parte sostenere quantità minime di banda allocate ad ogni cliente ai fini della replicabilità, e dall’altra sostenere il contrario ai fini di giustificare la sedicente scarsità di banda in sede di approvazione dell’OR (ad es. ferme restando le valutazioni compiute da Agcom quanto alla differenziare dei prezzi FTTH sulla base di scarsità di banda, Agcom dovrebbe contabilizzare 40 Mbit/s di banda per accesso anche ai

fini della analisi di replicabilità, che ai prezzi approvati equivarrebbero ben € 569 al mese per accesso!!!³).

D. 37. Si condivide il modello di valutazione dei costi dei servizi di rete mobile?

Si condivide, in linea di massima, con le proposte contenute nel paragrafo.
Tuttavia il ricarico percentuale del 15% pare una stima al limite idonea se applicata agli MVNO dotati di notevole potere contrattuale, non certo per un Esp/Air Time reseller in fase di start-up o con una bassa quota di mercato

D. 38. Si condivide il modello di valutazione dei servizi audiovisivi?

D. 39. Si chiede di far pervenire dati ed osservazioni utili alla quantificazione delle risorse di banda da impiegare per la gestione del traffico associato ai contenuti audiovisivi, sia nel caso di gestione con CoS=3 che nel caso di gestione con CoS=0.

Si condivide, in linea di massima, con le proposte contenute nel paragrafo.

³ Palesemente non replicabile risulta ad es. l'offerta di TIM FTTH 300M a Milano con le seguenti caratteristiche: € 29/mese per 1 anno; TIM Vision incluso; per i nuovi clienti entro il 25/3/2016 che mantengono l'offerta per 24 mesi con domiciliazione delle bollette; corrispettivo per recesso anticipato dal 13° mese; dal 13° mese € 39/mese; attivazione € 90 in promo gratuita per clienti che mantengono in essere l'offerta per 36 mesi (cfr. <https://www.tim.it/offerte/fisso/internet-voce-e-timvision/fibra/tim-smart-fibra> e <https://ecommerce.tim.it/compra/adsl/it/2456>)