



Raccolta della giurisprudenza

SENTENZA DEL TRIBUNALE (Ottava Sezione)

23 maggio 2019*

«Concorrenza – Concentrazioni – Mercato olandese dei servizi televisivi e dei servizi di telecomunicazione – Impresa comune a pieno titolo – Decisione che dichiara la concentrazione compatibile con il mercato interno e con l'accordo SEE – Impegni – Mercato rilevante – Effetti verticali – Errore manifesto di valutazione – Obbligo di motivazione»

Nella causa T-370/17,

KPN BV, con sede all'Aia (Paesi Bassi), rappresentata da P. van Ginneken e G. Béquet, avvocati,

ricorrente,

contro

Commissione europea, rappresentata da H. van Vliet, G. Conte, J. Szczodrowski e F. van Schaik, in qualità di agenti,

convenuta,

sostenuta da

VodafoneZiggo Group Holding BV, con sede in Amsterdam (Paesi Bassi),

Vodafone Group plc, con sede in Newbury (Regno Unito),

e

Liberty Global Europe Holding BV, con sede in Amsterdam,

rappresentate da W. Knibbeler, E. Raedts e A. Pliego Selie, avvocati,

intervenienti

avente ad oggetto una domanda fondata sull'articolo 263 TFUE e diretta all'annullamento della decisione C(2016) 5165 final della Commissione, del 3 agosto 2016, che dichiara compatibile con il mercato interno e con l'accordo SEE l'operazione di concentrazione diretta all'acquisizione da parte della Vodafone Group e della Liberty Global Europe Holding del controllo congiunto di un'impresa comune a pieno titolo (caso COMP/M.7978 – Vodafone – Liberty Global – Dutch JV),

IL TRIBUNALE (Ottava Sezione),

composto da A.M. Collins (relatore), presidente, M. Kancheva e R. Barents, giudici,

* Lingua processuale: l'inglese.

cancelliere: N. Schall, amministratrice

vista la fase scritta del procedimento e in seguito all'udienza del 29 novembre 2018,

ha pronunciato la seguente

Sentenza

Fatti

Enti di cui trattasi

- 1 La KPN BV, ricorrente, opera nel settore delle reti cablate per servizi televisivi, di Internet di tipo ADSL, di telefonia fissa e di telecomunicazioni mobili nei Paesi Bassi.
- 2 La Vodafone Group plc è un gruppo internazionale di telecomunicazioni che opera nel settore dei servizi di telecomunicazione mobile nei Paesi Bassi mediante la Vodafone Libertel BV (in prosieguo: la «Vodafone»). Inoltre, la Vodafone opera anche nel settore dei servizi televisivi, di Internet di tipo ADSL e di telefonia fissa attraverso la rete della ricorrente.
- 3 La Liberty Global Europe Holding BV (in prosieguo: la «Liberty Global»), appartenente al gruppo internazionale Liberty Global plc, è un operatore via cavo che possiede e gestisce reti cablate per servizi televisivi, di Internet di tipo ADSL e di telefonia fissa nei Paesi Bassi. Essa fornisce anche servizi di telecomunicazione mobile ai suoi clienti fissi attraverso la rete di Vodafone.

Procedimento amministrativo

- 4 Il 14 giugno 2016 la Vodafone e la Liberty Global (in prosieguo: le «parti notificanti») notificavano alla Commissione europea, conformemente all'articolo 4, paragrafo 1, del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio, del 20 gennaio 2004, relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese (GU 2004, L 24, pag. 1), un progetto di concentrazione consistente nell'acquisizione del controllo congiunto di un'impresa comune a pieno titolo di nuova costituzione, alla quale le parti notificanti trasferivano le loro attività commerciali nei Paesi Bassi. Dopo la concentrazione, ciascuna delle parti notificanti avrebbe detenuto il 50% delle azioni dell'impresa comune, avrebbe avuto gli stessi diritti di voto e gli stessi diritti di nomina dei direttori del consiglio di vigilanza.
- 5 Al fine di dissipare i seri dubbi sollevati dalla Commissione nella fase di esame iniziale, il 12 luglio 2016 le parti notificanti proponevano impegni, ai sensi dell'articolo 6, paragrafo 2, del regolamento n. 139/2004.
- 6 La Commissione subordinava tali impegni iniziali a una consultazione del mercato. Tenuto conto dell'esito di tale consultazione e dell'analisi della Commissione degli impegni proposti, il 26 luglio 2016 le parti notificanti proponevano i loro impegni definitivi.

Decisione impugnata

- 7 Il 3 agosto 2016 la Commissione adottava la decisione C(2016) 5165 final, che dichiara compatibile con il mercato interno e con l'accordo SEE l'operazione di concentrazione diretta all'acquisizione da parte della Vodafone e della Liberty Global del controllo congiunto di un'impresa comune a pieno titolo (caso COMP/M.7978 – Vodafone – Liberty Global – Dutch JV; in prosieguo: la «decisione impugnata»).

Delimitazione dei mercati rilevanti

- 8 Secondo la decisione impugnata, l'operazione prevista combinerebbe le attività delle parti notificanti nei Paesi Bassi. Da detta decisione risulta che la Commissione ha considerato che l'operazione prevista avrebbe comportato alcune sovrapposizioni orizzontali e relazioni verticali tra le attività delle parti in un determinato numero di mercati lungo la catena di distribuzione di contenuti televisivi e della fornitura di servizi di telecomunicazione (telefonia fissa e mobile e Internet di tipo ADSL) nei Paesi Bassi.
- 9 Ai fini della delimitazione dei mercati rilevanti, per quanto concerne i mercati relativi ai servizi televisivi, la Commissione ha operato una distinzione tra i seguenti mercati, ciascuno dei quali avente portata geografica nazionale:
- il mercato della concessione di licenze e dell'acquisizione di diritti per la trasmissione televisiva;
 - il mercato della fornitura e dell'acquisizione all'ingrosso di canali televisivi;
 - il mercato della fornitura al dettaglio di servizi televisivi.
- 10 In primo luogo, per quanto concerne il mercato della concessione di licenze e dell'acquisizione di diritti per la trasmissione televisiva, la Commissione ha considerato che erano possibili ulteriori segmentazioni, vale a dire i diritti televisivi in chiaro e i diritti televisivi a pagamento, i diritti di telediffusione lineare e non lineare, nonché una segmentazione per finestra di televendita, contenuti premium e non premium, e per tipo di contenuto, ossia film, sport ecc.
- 11 In secondo luogo, riguardo al mercato della fornitura e dell'acquisizione all'ingrosso di canali televisivi, la Commissione ha del pari rilevato che erano possibili ulteriori segmentazioni, vale a dire i canali televisivi in chiaro e i canali televisivi a pagamento, i canali televisivi a pagamento di base e i canali televisivi a pagamento premium, i canali televisivi di cinema premium a pagamento e i canali televisivi sportivi premium a pagamento, e in funzione delle infrastrutture di distribuzione. Tuttavia, per quanto concerne questi altri segmenti, e in particolare quello dei canali televisivi di cinema premium a pagamento e dei canali televisivi sportivi premium a pagamento, la Commissione ha considerato che si poteva soprassedere alla questione se il mercato dovesse essere ulteriormente segmentato, dato che l'operazione prevista non sollevava alcun problema di concorrenza qualunque fosse la segmentazione del mercato. In particolare, riguardo ai canali televisivi sportivi premium a pagamento, la Commissione ha osservato, al punto 176 della decisione impugnata, che, secondo alcuni partecipanti all'indagine di mercato effettuata dalla Commissione, i canali Ziggo Sport Totaal e Fox Sports erano in concorrenza per clienti e contenuti simili e stavano diventando sempre più sostituibili. Il canale Ziggo Sport Totaal dev'essere distinto dal canale Ziggo Sport, il quale trasmette meno contenuti sportivi del canale Ziggo Sport Totaal ed è offerto gratuitamente dalla Liberty Global unicamente ai suoi abbonati.
- 12 In terzo luogo, per quanto concerne il mercato della fornitura al dettaglio di servizi televisivi, la Commissione ha considerato che si poteva soprassedere alla questione di un'ulteriore segmentazione tra servizi televisivi in chiaro e servizi televisivi a pagamento, nonché tra servizi televisivi a pagamento

lineare e non lineare, dato che la valutazione dell'operazione prevista sarebbe rimasta la stessa. Riguardo ad un'eventuale segmentazione a seconda delle tecnologie di distribuzione utilizzate, la Commissione ha rilevato alcune indicazioni secondo cui la fornitura al dettaglio di servizi televisivi attraverso le tecnologie mobili (3G e 4G) non era sostituibile con altre tecnologie di distribuzione, vale a dire la televisione analogica terrestre, la televisione via cavo, la televisione via Internet (o «TVIP» in inglese) e la televisione satellitare. Tuttavia, essa ha ritenuto che si potesse soprassedere a tale questione, dato che la valutazione dell'operazione prevista sarebbe rimasta la stessa.

- 13 La Commissione ha inoltre formulato una serie di considerazioni relative ai mercati della fornitura al dettaglio di servizi di telefonia fissa, di telefonia mobile e di accesso a Internet, nonché ad altri mercati vicini, le quali sono irrilevanti ai fini della presente controversia.
- 14 Infine, nella decisione impugnata, la Commissione ha esaminato la questione se i pacchetti di servizi «multiple play» forniti al dettaglio ai consumatori finali, vale a dire i pacchetti che includono almeno due tipi di servizi tra i servizi di telefonia mobile, di telefonia fissa, di accesso a Internet e televisivi, costituissero di per sé mercati distinti da ciascuno dei servizi sottostanti. La Commissione ha rilevato che i servizi «multiple play» erano molto popolari e che il pacchetto di servizi fissi «triple play», vale a dire telefonia fissa, accesso a Internet e televisivi, era il più popolare. Tuttavia, la Commissione ha considerato che si poteva soprassedere alla questione della delimitazione esatta del mercato, dato che, in ogni caso, l'operazione prevista sollevava seri dubbi.

Effetti della concentrazione sulla concorrenza

- 15 Per quanto concerne l'analisi degli effetti dell'operazione prevista sulla concorrenza, la Commissione ha esaminato gli effetti orizzontali, verticali e conglomerati sulla concorrenza, nonché gli effetti coordinati.

– Effetti orizzontali

- 16 Nella sua analisi degli effetti orizzontali sulla concorrenza, in primo luogo, riguardo al mercato della concessione di licenze e dell'acquisizione di diritti per la trasmissione di contenuti televisivi, la Commissione ha rilevato nella decisione impugnata che solo la Liberty Global operava in tale mercato, sul lato della domanda, come acquirente, mentre la Vodafone non possedeva né acquistava diritti direttamente. Pertanto, secondo la Commissione, l'operazione prevista non comporterebbe un aumento del potere di acquisto.
- 17 In secondo luogo, per quanto concerne il mercato della fornitura e dell'acquisizione all'ingrosso di canali televisivi, sul lato dell'offerta, la Commissione ha rilevato nella decisione impugnata che solo la Liberty Global operava in tale mercato, con quote di mercato inferiori al 40% in tutte le segmentazioni possibili e, in particolare, con quote di mercato inferiori al 10% sul mercato della fornitura all'ingrosso di canali televisivi sportivi premium a pagamento. Dal momento che la Vodafone non opera come fornitore all'ingrosso di canali televisivi a pagamento, l'operazione prevista non comportava alcuna sovrapposizione orizzontale.
- 18 Sul mercato della fornitura e dell'acquisizione all'ingrosso di canali televisivi, sul lato della domanda, la Commissione ha constatato che le parti notificanti operavano in qualità di acquirenti di canali al fine di includerli nella loro offerta di servizi televisivi al dettaglio. In proposito, la Commissione ha rilevato che la Vodafone era presente in misura modesta, con quote di mercato inferiori al 5%, e che la Liberty Global aveva quote di mercato tra il 40 e il 60%, a seconda della segmentazione del mercato. In particolare, nella decisione impugnata, la Commissione ha osservato che, nell'eventuale mercato dell'acquisizione all'ingrosso di canali televisivi sportivi premium a pagamento, l'entità derivante dalla concentrazione avrebbe avuto quote di mercato tra il 40 e il 50%. Nonostante l'esistenza di una sovrapposizione orizzontale, la Commissione ha considerato che l'operazione prevista non avrebbe

comportato alcun aumento del potere di acquisto, in particolare poiché la quota di mercato della Vodafone era minima. Pertanto, la Commissione ha concluso che l'operazione prevista non sollevava problemi di concorrenza su tale mercato.

- 19 In terzo luogo, la Commissione ha rilevato che l'operazione prevista sollevava seri dubbi in merito agli eventuali mercati dei pacchetti di servizi fissi e di servizi fissi-mobili «multiple play», in particolare a seguito dell'eliminazione di Vodafone, un concorrente importante su tali mercati concentrati.

– *Effetti verticali*

- 20 Nella sua analisi degli effetti verticali, la Commissione ha esaminato se l'operazione prevista potesse produrre effetti di preclusione dell'accesso agli input o dell'accesso ai clienti («input or client foreclosure» in inglese).
- 21 Per quanto concerne il rischio di preclusione dell'accesso agli input nel mercato della fornitura e dell'acquisizione all'ingrosso di canali televisivi a pagamento, in primo luogo, la Commissione ha esaminato se l'operazione prevista determinasse cambiamenti nella capacità dell'entità derivante dalla concentrazione di impegnarsi in una strategia di preclusione in relazione al suo canale Ziggo Sport Totaal, in secondo luogo, ha esaminato il suo incentivo in tal senso e, in terzo luogo, ha esaminato se ciò potesse avere effetti negativi sulla concorrenza, in particolare nel mercato a valle della fornitura al dettaglio di pacchetti di servizi fissi-mobili «multiple play». Al riguardo, la Commissione ha rilevato che la Liberty Global controllava Ziggo Sport Totaal prima dell'operazione e che, pertanto, l'unico cambiamento derivante da quest'ultima era l'aggiunta della rete mobile e della clientela essenzialmente mobile di Vodafone, tenuto conto della cessione delle attività fisse di Vodafone nei Paesi Bassi a seguito degli impegni. Per questo motivo, la Commissione ha concentrato la sua analisi sul rischio di preclusione dell'accesso a Ziggo Sport Totaal sulle reti mobili.
- 22 In primo luogo, per quanto riguarda la capacità di preclusione, che richiede un significativo potere di mercato a monte, la Commissione ha rilevato che la quota di mercato della Liberty Global in termini di reddito sul mercato della fornitura all'ingrosso di canali televisivi era inferiore al 10%, anche nell'ipotesi di segmentazioni di mercato più ristrette, in particolare sull'eventuale mercato della fornitura di canali televisivi sportivi premium a pagamento. In proposito, la Commissione ha osservato che i clienti avevano accesso a canali premium alternativi, come Fox Sports, aggiungendo che anche altri canali esercitavano una certa pressione concorrenziale, come BBC One HD, RTL, Veronica HD ed Eurosport. Secondo la maggioranza dei partecipanti all'indagine di mercato, Ziggo Sport Totaal trasmetterebbe contenuti indispensabili («must-have content» in inglese) per i fornitori di servizi televisivi al dettaglio, anche se esso non era l'unico canale a diffondere siffatti contenuti. Inoltre, secondo detti partecipanti, Fox Sports offrirebbe contenuti altrettanto interessanti, o anche più interessanti di quelli di Ziggo Sport Totaal, il che sarebbe dimostrato dal numero significativamente più elevato di abbonati a Fox Sports, sebbene tale canale sia più costoso. Inoltre, ai sensi della decisione impugnata, la maggioranza dei partecipanti all'indagine considerava che era essenziale per i fornitori di servizi televisivi al dettaglio offrire almeno un canale televisivo sportivo premium a pagamento, mentre solo una minoranza riteneva che fosse necessario offrire tutti i canali televisivi sportivi premium a pagamento disponibili nei Paesi Bassi.
- 23 Sulla base di tali considerazioni, e tenuto conto del numero molto limitato di abbonati a Ziggo Sport Totaal, ossia quasi il 3% del totale di abbonati a canali televisivi a pagamento nei Paesi Bassi, la Commissione ha rimesso in discussione il fatto che tale canale potesse essere ritenuto indispensabile per una concorrenza effettiva sul mercato a valle della fornitura al dettaglio di servizi televisivi. Pertanto, essa ha concluso che l'entità derivante dall'operazione non avrebbe avuto la capacità di impegnarsi in una strategia di preclusione riguardante Ziggo Sport Totaal.

- 24 In secondo luogo, la Commissione ha sottolineato che l'incentivo ad attuare una strategia di preclusione di Ziggo Sport Totaal dipendeva dalla questione se tale strategia fosse economicamente vantaggiosa. Ciò avverrebbe, in particolare, se la perdita di reddito derivante dalle vendite di Ziggo Sport Totaal non effettuate a fornitori concorrenti a monte fosse compensata da un aumento degli abbonamenti a valle. Secondo la Commissione, questa ipotesi non era plausibile, in quanto nulla indicava che esistesse un numero sufficiente di clienti per i quali la disponibilità di Ziggo Sport Totaal sul loro dispositivo mobile fosse così importante da cambiare eventualmente fornitore.
- 25 In terzo luogo, nella decisione impugnata, la Commissione ha ritenuto improbabile che un'eventuale strategia di preclusione potesse avere effetti negativi significativi sulla concorrenza nel mercato a valle, a causa della disponibilità di altri canali televisivi sportivi premium a pagamento aventi contenuti interessanti, in particolare Fox Sports. Inoltre, nella decisione impugnata, la Commissione ha rilevato che circa il 3% degli abbonati ai servizi televisivi a pagamento erano abbonati a Ziggo Sport Totaal. Infine, essa ha sottolineato che, sebbene il consumo di contenuti audiovisivi nei dispositivi mobili fosse aumentato negli ultimi tempi, documenti interni di Vodafone dimostravano che tale consumo continuava ad essere molto limitato, inferiore al 3% del consumo totale di servizi televisivi, tanto più quando si trattava di guardare la televisione in diretta e, in particolare, eventi sportivi in diretta. Infatti, solo il 12% dei consumatori che utilizzano un dispositivo mobile per accedere a contenuti audiovisivi guarda la televisione in diretta. Inoltre, secondo uno studio indipendente, nell'ultimo trimestre del 2015, solo il 4% degli abbonati a Ziggo Sport Totaal guardava tale canale sui propri dispositivi mobili.
- 26 Alla luce di dette considerazioni, la Commissione ha concluso, nella decisione impugnata, che era improbabile una strategia di preclusione dell'accesso agli input avente effetti negativi considerevoli sulla concorrenza.
- 27 Infine, nella decisione impugnata, la Commissione ha ritenuto che una strategia di preclusione dell'accesso ai clienti fosse altrettanto improbabile, per motivi che sono irrilevanti ai fini della presente controversia.

– Effetti conglomerati ed effetti coordinati

- 28 Nella decisione impugnata, la Commissione è giunta alla conclusione che l'operazione prevista non avrebbe prodotto effetti conglomerati anticoncorrenziali. In realtà, i consumatori sarebbero stati avvantaggiati da una maggiore concorrenza sul mercato dei pacchetti di servizi fissi-mobili tra l'entità derivante dalla concentrazione e la ricorrente.
- 29 Per quanto concerne l'analisi degli effetti coordinati derivanti dall'operazione, la Commissione ha considerato che l'operazione prevista non sollevava seri dubbi.

Maggiore efficienza, impegni e conclusione

- 30 Nella decisione impugnata, la Commissione ha rilevato che l'asserita maggiore efficienza addotta dalle parti notificanti non era sufficiente per dissipare i seri dubbi che essa aveva espresso in merito alla compatibilità dell'operazione.
- 31 Ciononostante, la Commissione ha concluso che gli impegni definitivi presentati dalle parti notificanti consentivano di risolvere i problemi di concorrenza constatati. In sostanza, le parti notificanti si sono impegnate a cedere le attività fisse di Vodafone nei Paesi Bassi per rispondere alla pressione concorrenziale esercitata da queste ultime sugli eventuali mercati dei pacchetti di servizi fissi e fissi-mobili «multiple play». Infatti, tali impegni strutturali eliminerebbero completamente qualunque sovrapposizione orizzontale tra le attività delle parti notificanti su questi eventuali mercati.

- 32 Alla luce di quanto precede, conformemente all'articolo 6, paragrafo 1, lettera b), e paragrafo 2, del regolamento n. 139/2004, la Commissione ha deciso di dichiarare compatibile con il mercato interno e con l'accordo sullo Spazio economico europeo (SEE) l'operazione di concentrazione prevista, fatto salvo il pieno rispetto degli impegni proposti.

Procedimento e conclusioni delle parti

- 33 Con atto introduttivo depositato nella cancelleria del Tribunale il 12 giugno 2017, la ricorrente ha proposto il presente ricorso.
- 34 Con atto depositato presso la cancelleria del Tribunale l'11 settembre 2017, la VodafoneZiggo Group Holding, la Vodafone e la Liberty Global hanno chiesto di intervenire nel presente procedimento a sostegno della domanda della Commissione.
- 35 Con ordinanza del 19 ottobre 2017, il presidente dell'Ottava Sezione del Tribunale ha ammesso tale intervento. Le intervenienti hanno depositato la memoria d'intervento e la ricorrente ha depositato le osservazioni relative a quest'ultima nei termini impartiti.
- 36 Le parti sono state sentite nelle loro difese orali e nelle loro risposte ai quesiti orali posti dal Tribunale durante l'udienza del 29 novembre 2018. In udienza, le parti hanno rinunciato alle domande di trattamento riservato delle informazioni contenute nel fascicolo dinanzi al Tribunale.
- 37 La ricorrente chiede che il Tribunale voglia:
- annullare la decisione impugnata;
 - condannare la Commissione alle spese.
- 38 La Commissione chiede che il Tribunale voglia:
- respingere il ricorso;
 - condannare la ricorrente alle spese.
- 39 Le intervenienti chiedono che il Tribunale voglia:
- respingere il ricorso;
 - condannare la ricorrente alle spese.

In diritto

- 40 A sostegno del ricorso, la ricorrente solleva tre motivi vertenti, il primo, su un errore manifesto di valutazione concernente la definizione del mercato rilevante, il secondo, su un errore manifesto di valutazione in merito agli effetti verticali della concentrazione in relazione al mercato della fornitura e dell'acquisizione all'ingrosso di canali televisivi sportivi premium a pagamento e al mercato a valle per la fornitura al dettaglio di pacchetti di servizi fissi-mobili «multiple play» e, il terzo, su una violazione dell'obbligo di motivazione.

Sul primo motivo, vertente su un errore manifesto di valutazione concernente la definizione del mercato rilevante

- 41 Con il primo motivo, la ricorrente sostiene che la decisione impugnata è viziata da un errore manifesto di valutazione concernente la definizione del mercato rilevante.
- 42 In via preliminare, la ricorrente sottolinea l'importanza dei contenuti sportivi per attirare clienti sul mercato della fornitura al dettaglio di servizi televisivi, il che spiegherebbe il motivo per cui la lotta per i diritti di distribuzione esclusiva si stia intensificando.
- 43 La ricorrente sostiene che nei Paesi Bassi esistono soltanto due operatori attivi nel mercato della fornitura all'ingrosso di canali televisivi sportivi premium a pagamento sul lato dell'offerta, vale a dire la Liberty Global con il canale Ziggo Sport Totaal e la Fox con il canale Fox Sports, pur ammettendo che anche il canale Eurosport, appartenente al gruppo Discovery, offre contenuti sportivi generalmente di base. Secondo la ricorrente, Ziggo Sport Totaal e Fox Sports hanno contenuti unici ed esclusivi, che costituiscono un importante strumento per gli abbonamenti. Alcuni contenuti sarebbero essenziali per i consumatori e non potrebbero essere sostituiti da altri contenuti. Ad esempio, per un appassionato di questi sport, la Formula 1 e il calcio non sarebbero sostituibili. In proposito, la ricorrente sostiene che gli sport più seguiti nei Paesi Bassi sono il campionato di calcio olandese (Eredivisie), le principali competizioni calcistiche nazionali e internazionali (Champions League, Premier League inglese e Liga spagnola) e la Formula 1. Secondo la ricorrente, questo tipo di contenuto dev'essere considerato indispensabile per i fornitori di servizi televisivi, unitamente ai grandi eventi sportivi internazionali, come i giochi olimpici, il campionato mondiale di calcio, il campionato europeo di calcio, il Tour de France e il Giro d'Italia di ciclismo. Pertanto, riguardo a tale contenuto, sarebbe necessario procedere ad un'ulteriore segmentazione del mercato.
- 44 Di conseguenza, i canali televisivi sportivi premium a pagamento Ziggo Sport Totaal e Fox Sports non sarebbero sostituibili, a causa dell'assenza di sostituibilità tra i contenuti sportivi. Ad avviso della ricorrente, questi canali sono complementari e costituiscono input essenziali per i fornitori di servizi televisivi al dettaglio, al fine di esercitare una concorrenza efficace sul mercato a valle.
- 45 Pertanto, secondo la ricorrente, l'offerta dei fornitori di servizi televisivi al dettaglio che non possono proporre i due canali sarà considerata dai consumatori meno interessante e tali fornitori rischierebbero di perdere un numero considerevole di abbonati. Tale argomento sarebbe confermato da una serie di documenti allegati al ricorso. Inoltre, dalla prassi decisionale della Commissione risulterebbe che gli sport non sono sostituibili e che gli eventi calcistici regolari sono fattori essenziali negli abbonamenti.
- 46 La ricorrente precisa che quando un canale televisivo trasmette una competizione sportiva indispensabile, tale canale diventa fondamentale per fare concorrenza. Secondo la ricorrente, il fatto che anche altri canali abbiano contenuti indispensabili non implica che il primo canale non sia indispensabile.
- 47 La ricorrente fa valere che la circostanza, riconosciuta dalla Commissione nella decisione impugnata, che il prezzo di Fox Sports sia più elevato di quello di Ziggo Sport Totaal conferma che tali canali non sono sostituibili.
- 48 Inoltre, nelle sue osservazioni sulla memoria d'intervento, la ricorrente sostiene che, in una procedura di controllo delle concentrazioni dinanzi all'autorità garante della concorrenza dei Paesi Bassi nel 2012, UPC, un operatore facente parte del gruppo Liberty Global, ha affermato che il campionato di calcio olandese (Eredivisie) era indispensabile per un fornitore di servizi televisivi al dettaglio.

- 49 Nella replica, la ricorrente fa valere di non aver fatto riferimento nel ricorso ai paragrafi viziati dall'errore manifesto di valutazione in merito alla definizione del mercato rilevante per il motivo che la decisione impugnata non contiene praticamente alcuna analisi del mercato dei contenuti sportivi. In ogni caso, nell'ambito del primo motivo sollevato nel ricorso, la ricorrente avrebbe espressamente menzionato una serie di paragrafi che figuravano nel punto della decisione impugnata relativo all'analisi concorrenziale.
- 50 Inoltre, l'errore manifesto di valutazione che vizia la decisione impugnata per quanto riguarda la definizione del mercato rilevante avrebbe influito sull'analisi degli effetti della concentrazione sulla concorrenza nel mercato a valle.
- 51 Infine, in udienza, la ricorrente ha precisato che, a suo avviso, ciascuno dei canali televisivi sportivi premium a pagamento, Ziggo Sport Totaal e Fox Sports, costituiva un mercato distinto.
- 52 La Commissione, sostenuta dalle intervenienti, contesta gli argomenti addotti dalla ricorrente.
- 53 In via preliminare, va ricordato che, ai sensi dell'articolo 76, lettera d), del regolamento di procedura del Tribunale, il ricorso contiene i motivi e gli argomenti dedotti nonché un'esposizione sommaria di detti motivi.
- 54 In base ad una giurisprudenza consolidata, indipendentemente da qualsiasi questione terminologica, tale esposizione dev'essere tanto chiara e precisa da consentire al convenuto di predisporre la propria difesa e al Tribunale di decidere sul ricorso, eventualmente senza dover richiedere altre informazioni. Al fine di garantire la certezza del diritto e una corretta amministrazione della giustizia, è necessario, infatti, perché un ricorso sia ricevibile, che gli elementi essenziali di fatto e di diritto sui quali esso si basa emergano, anche solo sommariamente, purché in modo coerente e comprensibile, dal testo del ricorso stesso (v. sentenza del 6 ottobre 2015, *Corporación Empresarial de Materiales de Construcción/Commissione*, T-250/12, EU:T:2015:749, punto 101 e giurisprudenza ivi citata).
- 55 Nel caso di specie, la ricorrente fa valere sostanzialmente che la Commissione è incorsa in un errore manifesto di valutazione nel considerare che Ziggo Sport Totaal e Fox Sports operassero sullo stesso mercato, vale a dire sul mercato della fornitura e dell'acquisizione all'ingrosso di canali televisivi sportivi premium a pagamento, poiché i contenuti sportivi offerti non erano sostituibili. Ciò risulta, in particolare, dal punto 28 del ricorso ed è inoltre confermato al punto 29 della replica, in cui la ricorrente precisa che la sua censura riguarda la mancanza di un'ulteriore segmentazione di detto mercato.
- 56 Pertanto, occorre concludere che il ricorso soddisfa i requisiti minimi dell'articolo 76, lettera d), del regolamento di procedura, ai sensi della giurisprudenza citata al punto 54 della presente sentenza. Inoltre, è giocoforza rilevare che la Commissione è stata in grado di identificare gli argomenti addotti dalla ricorrente al fine di contestarli nei suoi atti scritti. Pertanto, le obiezioni sollevate dalla Commissione in relazione alla ricevibilità del primo motivo devono essere respinte.
- 57 Riguardo all'esame della fondatezza del primo motivo, si deve ricordare che, per quanto concerne l'applicazione delle disposizioni relative al controllo delle concentrazioni, l'adeguata definizione del mercato rilevante è una condizione necessaria e previa alla valutazione degli effetti sulla concorrenza della concentrazione notificata (sentenze del 31 marzo 1998, *Francia e a./Commissione*, C-68/94 e C-30/95, EU:C:1998:148, punto 143; del 6 giugno 2002, *Airtours/Commissione*, T-342/99, EU:T:2002:146, punto 19, e del 7 maggio 2009, *NVV e a./Commissione*, T-151/05, EU:T:2009:144, punto 51).
- 58 Secondo costante giurisprudenza, le norme sostanziali relative al controllo delle concentrazioni e, in particolare, quelle concernenti la valutazione delle concentrazioni, come l'articolo 2 del regolamento n. 139/2004, attribuiscono alla Commissione un certo potere discrezionale, segnatamente in tema di

valutazioni di ordine economico. Di conseguenza, il controllo da parte del giudice dell'Unione sull'esercizio di tale potere, che è essenziale per la determinazione delle regole in materia di concentrazioni, dev'essere effettuato tenendo conto del margine discrezionale che è implicito nelle regole di carattere economico facenti parte del regime delle concentrazioni (sentenze del 31 marzo 1998, Francia e a./Commissione, C-68/94 e C-30/95, EU:C:1998:148, punti 223 e 224; del 6 giugno 2002, Airtours/Commissione, T-342/99, EU:T:2002:146, punto 64, e del 7 maggio 2009, NVV e a./Commissione, T-151/05, EU:T:2009:144, punto 53).

- 59 In particolare, la definizione del mercato rilevante, implicando valutazioni economiche complesse da parte della Commissione, può essere soggetta solo ad un controllo limitato da parte del giudice dell'Unione (sentenze del 17 settembre 2007, Microsoft/Commissione, T-201/04, EU:T:2007:289, punto 482, e del 7 maggio 2009, NVV e a./Commissione, T-151/05, EU:T:2009:144, punto 53).
- 60 Tuttavia, sebbene la Commissione disponga di un potere discrezionale in materia economica, ciò non implica che il giudice dell'Unione debba astenersi dal controllare l'interpretazione, da parte della Commissione, dei dati di natura economica. Infatti, il giudice dell'Unione è tenuto in particolare a verificare non solo l'esattezza materiale degli elementi di prova adottati, la loro attendibilità e la loro coerenza, ma altresì ad accertare se tali elementi costituiscano l'insieme dei dati rilevanti che devono essere presi in considerazione per valutare una situazione complessa e se siano di natura tale da corroborare le conclusioni che se ne traggono (sentenze del 17 settembre 2007, Microsoft/Commissione, T-201/04, EU:T:2007:289, punto 482, e del 7 maggio 2009, NVV e a./Commissione, T-151/05, EU:T:2009:144, punto 54).
- 61 Ai sensi della sezione 6 del formulario CO relativo alla notificazione di una concentrazione a norma del regolamento sulle concentrazioni, che figura nell'allegato I del regolamento (CE) n. 802/2004 della Commissione, del 7 aprile 2004, di esecuzione del regolamento n. 139/2004 (GU 2004, L 133, pag. 1), che rinvia alla comunicazione della Commissione sulla definizione del mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto comunitario in materia di concorrenza (GU 1997, C 372, pag. 5; in prosieguo: la «comunicazione sulla definizione del mercato rilevante»), il mercato del prodotto rilevante comprende tutti i prodotti e/o servizi che sono considerati intercambiabili o sostituibili dal consumatore, in ragione delle caratteristiche dei prodotti, dei loro prezzi e dell'uso al quale sono destinati.
- 62 Dal punto 15 della comunicazione sulla definizione del mercato rilevante risulta che l'analisi della sostituibilità sul lato della domanda implica la determinazione della gamma di prodotti che vengono considerati come intercambiabili dal consumatore.
- 63 Secondo il punto 17 di tale comunicazione, l'interrogativo al quale occorre dare risposta è se i clienti delle parti passerebbero a prodotti sostitutivi prontamente disponibili, o si rivolgerebbero a fornitori siti in un'altra zona, in risposta ad un ipotetico piccolo incremento, dell'ordine del 5-10%, di carattere permanente del prezzo dei prodotti stessi nell'area considerata.
- 64 È alla luce di queste considerazioni che occorre esaminare gli argomenti sollevati dalla ricorrente nell'ambito del primo motivo.
- 65 Come risulta dal precedente punto 55, in sostanza, la ricorrente censura la mancanza di un'ulteriore segmentazione del mercato della fornitura e dell'acquisizione all'ingrosso di canali televisivi sportivi premium a pagamento. A suo avviso, i canali televisivi Ziggo Sport Totaal e Fox Sports non sono sostituibili, in quanto i contenuti sportivi che trasmettono non sono sostituibili e, pertanto, tali canali dovrebbero essere considerati come mercati distinti. In realtà, ciascuno di essi costituirebbe di per sé un mercato distinto.

- 66 Va ricordato, in proposito, che, secondo i punti da 158 a 163 della decisione impugnata, il mercato della fornitura e dell'acquisizione all'ingrosso di canali televisivi sportivi premium a pagamento è composto, sul lato dell'offerta, dai fornitori di canali televisivi che acquistano o producono contenuti audiovisivi e li assemblano in canali televisivi e, sul lato della domanda, dai fornitori al dettaglio di servizi televisivi che acquistano diritti sui canali per diffonderli agli utenti finali.
- 67 Dal punto 162 della decisione impugnata risulta che la Liberty Global opera su tale mercato sia sul lato dell'offerta, fornendo Ziggo Sport Totaal a terzi, sia sul lato della domanda, acquistando diritti su canali al fine di includerli nella sua offerta di servizi televisivi al dettaglio. Quanto a Vodafone, in base al punto 163 della decisione impugnata, essa opera su tale mercato unicamente sul lato della domanda.
- 68 Come affermato nei punti 61 e 63 della presente sentenza, per stabilire se due prodotti o servizi facciano parte dello stesso mercato, occorre determinare se essi siano considerati interscambiabili o sostituibili a causa delle loro caratteristiche, del prezzo e dell'uso cui sono destinati, in primo luogo dal punto di vista del cliente.
- 69 Nel caso di specie, per quanto concerne il mercato della fornitura e dell'acquisizione all'ingrosso di canali televisivi sportivi premium a pagamento, la domanda o, in altri termini, la clientela, è composta dai fornitori al dettaglio di servizi televisivi, i quali incorporano tali canali nella loro offerta ai consumatori finali, come indicato al punto 66 supra.
- 70 Va rilevato che, in base al punto 176 della decisione impugnata, un certo numero di partecipanti all'indagine di mercato ha rilevato che i canali Ziggo Sport Totaal e Fox Sports erano in concorrenza per clienti e contenuti simili e stavano diventando sempre più sostituibili. Inoltre, secondo il punto 500 della decisione impugnata, la Commissione ha osservato che i clienti, vale a dire i fornitori al dettaglio, avevano accesso a un certo numero di canali televisivi sportivi premium a pagamento, in particolare Fox Sports, come alternativa a Ziggo Sport Totaal. Dal punto 502 della decisione impugnata risulta inoltre che la maggioranza dei partecipanti all'indagine di mercato considera che Fox Sports offre contenuti altrettanto interessanti, o anche più interessanti di quelli di Ziggo Sport Totaal, il che sarebbe dimostrato dal numero significativamente più elevato di abbonati a Fox Sports, sebbene questo canale sia più costoso. Inoltre, dal punto 504 della decisione impugnata emerge che la maggioranza degli intervistati considerava che era essenziale per i fornitori di servizi televisivi al dettaglio offrire almeno un canale televisivo sportivo premium a pagamento, mentre solo una minoranza riteneva che fosse necessario offrire tutti i canali televisivi sportivi premium a pagamento disponibili nei Paesi Bassi.
- 71 Da tali considerazioni risulta che la Commissione non è incorsa in un errore manifesto di valutazione nel non segmentare ulteriormente, nella decisione impugnata, il mercato della fornitura e dell'acquisizione all'ingrosso di canali televisivi sportivi premium a pagamento, tenuto conto della sostituibilità dei canali, in particolare Ziggo Sport Totaal e Fox Sports, sul lato della domanda, vale a dire dal punto di vista dei fornitori al dettaglio di servizi televisivi.
- 72 Nessuno degli argomenti dedotti dalla ricorrente può inficiare tale conclusione.
- 73 Va osservato, in primo luogo, che, sebbene la ricorrente sostenga che Ziggo Sport Totaal e Fox Sports dovrebbero appartenere a mercati distinti e che, come ha fatto valere in udienza, ciascuno di questi canali dovrebbe costituire di per sé un mercato distinto, essa non indica chiaramente quale sarebbe l'altra definizione del mercato rilevante da adottare, incluse la sua denominazione e le sue caratteristiche, che la ricorrente propone in generale. Secondo la ricorrente, sembra che ciascun canale televisivo sportivo premium a pagamento che trasmette contenuti premium o indispensabili, come il campionato di calcio olandese, le principali competizioni calcistiche nazionali e internazionali o la Formula 1, debba appartenere a un mercato distinto. Ciò perché, per un appassionato di sport, questi diversi tipi di contenuto non sono sostituibili.

- 74 Orbene, come indicato ai punti 70 e 71 della presente sentenza, l'elemento determinante è la sostituibilità di detti canali sul lato della domanda in tale mercato, composto dai fornitori al dettaglio di servizi televisivi.
- 75 Inoltre, per quanto concerne il mercato a valle, anche supponendo che, come sostiene la ricorrente, per il consumatore finale, un contenuto sportivo non sia perfettamente intercambiabile con un altro, occorre ricordare che, secondo i punti 55 e 56 della decisione impugnata, il mercato rilevante è eventualmente quello della fornitura al dettaglio di servizi televisivi a pagamento, e non quello della fornitura al dettaglio di servizi televisivi a pagamento di contenuti sportivi, e ancor meno quello della fornitura di servizi televisivi a pagamento di contenuti calcistici. Infatti, i contenuti sportivi trasmessi da canali come Ziggo Sport Totaal e Fox Sports fanno parte di un'offerta globale di servizi televisivi proposti ai consumatori finali contenenti diversi elementi, e il cui contenuto sportivo è solo una componente, benché esso possa essere importante per attirare clienti. Pertanto, dal punto di vista del consumatore finale medio di servizi televisivi in generale, non vi è alcuna indicazione del fatto che un'offerta globale di servizi televisivi che includa il canale Ziggo Sport Totaal non sia comparabile ad un'offerta globale di servizi televisivi che contenga il canale Fox Sports, nonostante il fatto che il contenuto sportivo di questi due canali non sia identico. Inoltre, sebbene, da un punto di vista commerciale, possa essere auspicabile per un fornitore al dettaglio di servizi televisivi poter offrire ai propri abbonati i canali Ziggo Sport Totaal e Fox Sports, va ricordato che, secondo il punto 504 della decisione impugnata, solo una minoranza dei partecipanti all'indagine di mercato riteneva che fosse necessario offrire tutti i canali televisivi sportivi premium a pagamento disponibili nei Paesi Bassi.
- 76 In secondo luogo, riguardo all'argomento relativo alla differenza di prezzo tra Fox Sports e Ziggo Sport Totaal, occorre rilevare che, come indicato al punto 61 supra, il prezzo figura tra gli elementi rilevanti al fine di esaminare se due prodotti siano sostituibili. Orbene, affinché i prodotti siano considerati sostituibili sul lato della domanda, non è necessario che il prezzo sia identico. Un prodotto o un servizio di scarsa qualità venduto a basso prezzo potrebbe sostituire di fatto un prodotto di qualità superiore venduto ad un prezzo più elevato. Ciò che conta è la risposta più probabile da parte dei consumatori all'incremento di prezzo relativo (v., per analogia, le linee direttrici della Commissione per l'analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del nuovo quadro normativo comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, GU 2002, C 165, pag. 6, punto 46).
- 77 Inoltre, occorre rilevare che i punti 17 e 18 della comunicazione sulla definizione del mercato rilevante, citati dalla ricorrente, descrivono l'applicazione del «test SSNIP» (small but significant and non-transitory increase in price), che mira ad esaminare la reazione dei clienti ad un aumento del prezzo relativo del prodotto di cui trattasi, senza alcuna variazione di tutti gli altri fattori, compreso quindi il prezzo del prodotto candidato ad essere incluso nello stesso mercato rilevante. Orbene, nel caso di specie, la ricorrente si limita ad indicare una differenza di prezzo, peraltro indeterminata, tra i canali televisivi Fox Sports e Ziggo Sport Totaal. Alla luce dei punti 17 e 18 della comunicazione sulla definizione del mercato rilevante, tale elemento è di per sé insufficiente per rimettere in discussione la conclusione contenuta nella decisione impugnata secondo cui questi due canali sono sostituibili.
- 78 In terzo luogo, per quanto concerne le osservazioni fornite da UPC, un operatore facente ora parte del gruppo Liberty Global, nell'ambito di una procedura di controllo delle concentrazioni dinanzi all'autorità garante della concorrenza nei Paesi Bassi, va rilevato che le dichiarazioni rese da un operatore quattro anni prima in un procedimento differente non possono vincolare la Commissione, né rimettere di per sé in discussione la legittimità di una sua decisione che, peraltro, si basa su un insieme di considerazioni e di elementi di prova, in particolare quelli indicati al punto 70 della presente sentenza. Inoltre, le dichiarazioni di cui trattasi si limitano a confermare che il campionato di calcio olandese fa parte del contenuto cosiddetto «indispensabile», che è generalmente trasmesso da canali televisivi sportivi premium a pagamento, circostanza che non viene rimessa in discussione nella decisione impugnata.

- 79 In quarto luogo, occorre rilevare che l'argomento della ricorrente secondo cui la definizione dei mercati rilevanti nel caso di specie contrasta con alcune decisioni precedenti della Commissione non può essere accolto. Infatti, secondo la giurisprudenza, la Commissione è tenuta ad effettuare un'analisi individuale delle circostanze di ogni singolo caso, senza essere vincolata da decisioni precedenti riguardanti altri operatori economici, altri mercati di prodotti e di servizi o altri mercati geografici in momenti diversi. Pertanto, la ricorrente non ha il diritto di rimettere in discussione le affermazioni della Commissione sostenendo che sono diverse da quelle effettuate in precedenza in un'altra causa, anche supponendo che i mercati rilevanti nelle due cause siano analoghi o addirittura identici (sentenza del 25 marzo 2015, *Slovenská pošta/Commissione*, T-556/08, non pubblicata, EU:T:2015:189, punti 196 e 197).
- 80 Anche supponendo che tale argomento possa essere riqualificato come relativo alla violazione del principio della tutela del legittimo affidamento, gli operatori economici non possono confidare legittimamente nel mantenimento di una prassi decisionale anteriore che può essere modificata, in funzione del cambiamento delle circostanze o dell'evoluzione dell'analisi della Commissione (v., in tal senso, sentenza del 13 maggio 2015, *Niki Luftfahrt/Commissione*, T-162/10, EU:T:2015:283, punto 143).
- 81 In ogni caso, le decisioni della Commissione invocate dalla ricorrente non consentono di suffragare la sua argomentazione, poiché quest'ultima si basa su un'erronea interpretazione di tali decisioni. Infatti, dalla lettura dei punti e dei considerando citati dalla ricorrente risulta che dette decisioni riguardano la sostituibilità della domanda sul mercato a monte per la concessione di licenze e l'acquisizione di diritti per la trasmissione di contenuti televisivi, mentre il primo motivo verte sulla definizione del mercato a valle per la fornitura e l'acquisizione all'ingrosso di canali televisivi sportivi premium a pagamento (decisioni del 13 novembre 2001 nel caso COMP/M.2483 – *Group Canal +/RTL/GJCD/JV*, punto 19, e del 2 aprile 2003 nel caso COMP/M.2876 – *Newscorp/Telepiù*, punto 66).
- 82 In quinto luogo, occorre rilevare che i documenti allegati al ricorso non possono inficiare la conclusione contenuta nella decisione impugnata secondo cui i canali Fox Sports e Ziggo Sport Totaal costituiscono alternative per i fornitori al dettaglio di servizi televisivi. In particolare, il documento che figura nell'allegato 10 del ricorso non prende in considerazione la disponibilità di Fox Sports e, pertanto, non consente di trarre conclusioni riguardo alla sostituibilità di Fox Sports e di Ziggo Sport Totaal.
- 83 Lo stesso vale per lo studio di *TelecomPaper*, del 17 febbraio 2016, contenuto nell'allegato 11 del ricorso, che non menziona Fox Sports e, per di più, non riguarda Ziggo Sport Totaal, bensì Ziggo Sport. Inoltre, detto studio si limita ad indicare che tale canale, per il 14% dei suoi abbonati, è una delle ragioni per rimanere con Liberty Global, il che non indica che esso sia la ragione principale per tali persone né che sia una delle ragioni per la maggioranza degli abbonati.
- 84 Analogamente, il comunicato stampa che figura nell'allegato 12 del ricorso si limita ad indicare che Ziggo Sport, e non Ziggo Sport Totaal, è, per quasi il 20% degli abbonati, una delle ragioni per abbonarsi a Liberty Global, senza che ciò escluda la sostituibilità di Fox Sports e di Ziggo Sport Totaal e senza che ciò implichi che si tratti della ragione principale per la maggioranza degli abbonati.
- 85 Per quanto concerne i conti annuali dell'entità derivante dalla concentrazione per l'anno 2016, che figurano nell'allegato 13 del ricorso, si deve osservare che tale documento sembra fare riferimento a Ziggo Sport piuttosto che a Ziggo Sport Totaal. In ogni caso, come indicato in precedenza, poiché esso non menziona Fox Sports, ciò non esclude la sostituibilità di tale canale e di Ziggo Sport Totaal.
- 86 Riguardo allo studio elaborato dall'autorità olandese per i media, contenuto nell'allegato 14 del ricorso, è sufficiente osservare che esso si limita ad indicare che il contenuto dell'offerta dei servizi televisivi, in altri termini il contenuto del pacchetto, figura tra i motivi della scelta del fornitore da parte dei clienti,

considerato che il primo motivo della scelta è il prezzo. Orbene, come affermato, ciò non esclude la sostituibilità di Fox Sports e di Ziggo Sport Totaal, così come i dati sulle percentuali di telespettatori che guardano occasionalmente e quotidianamente Ziggo Sport Totaal e Fox Sports non forniscono indicazioni in merito alla sostituibilità dei due canali.

- 87 La stessa conclusione vale per lo studio che figura nell'allegato 15 del ricorso, che non contiene alcuna considerazione che possa rimettere in discussione la sostituibilità di Ziggo Sport Totaal e di Fox Sports, e che si limita a sottolineare l'importanza dei contenuti sportivi come strategia commerciale dei fornitori al dettaglio di servizi televisivi.
- 88 Del pari, il documento di consultazione elaborato dall'autorità olandese garante della concorrenza, contenuto nell'allegato 9 del ricorso, si limita ad indicare, nel passaggio citato dalla ricorrente, che i fornitori al dettaglio cercano di differenziarsi dai concorrenti per il contenuto della loro offerta, il che non rimette in discussione la sostituibilità di Ziggo Sport Totaal e di Fox Sports.
- 89 Infine, va rilevato che, nella misura in cui lo studio che figura nell'allegato 16 del ricorso si limita ad indicare che i consumatori attribuiscono una certa importanza alla possibilità di accedere a determinati contenuti, inclusi i contenuti sportivi, esso non contiene alcuna considerazione a sostegno della tesi della ricorrente secondo cui Ziggo Sport Totaal e Fox Sports non sarebbero sostituibili.
- 90 Alla luce di quanto precede, occorre respingere il primo motivo in quanto infondato.

Sul secondo motivo, vertente su un errore manifesto di valutazione in merito agli effetti verticali

- 91 Con il secondo motivo, la ricorrente sostiene che la decisione impugnata è viziata da un errore manifesto di valutazione in merito agli effetti verticali della concentrazione, in particolare l'effetto di preclusione dell'accesso agli input nel mercato della fornitura e dell'acquisizione all'ingrosso di canali televisivi sportivi premium a pagamento.
- 92 In via preliminare, la ricorrente sostiene che, nella decisione impugnata, la Commissione è incorsa in errore nell'esaminare gli effetti di preclusione dell'accesso agli input relativi a Ziggo Sport Totaal unicamente per quanto concerne le reti mobili. In proposito, essa rileva che l'entità derivante dalla concentrazione sarebbe in grado di offrire l'accesso a Ziggo Sport Totaal attraverso pacchetti di servizi fissi-mobili «multiple play».
- 93 La ricorrente sostiene che l'entità derivante dalla concentrazione avrebbe la capacità di impegnarsi in una strategia di preclusione dell'accesso agli input, che essa sarebbe incentivata a farlo e che tale strategia avrebbe effetti negativi significativi sulla concorrenza.
- 94 In primo luogo, per quanto concerne la capacità di attuare una strategia di preclusione dell'accesso agli input, la ricorrente fa valere che, anche prima della concentrazione prevista, la Liberty Global deteneva una quota di mercato di oltre il 50% sul mercato dei pacchetti di servizi «multiple play». Pertanto, con le attività sul mercato dei servizi mobili a seguito dell'operazione prevista, l'entità derivante dalla concentrazione avrebbe la capacità di precludere nuovi mercati, in particolare i mercati per i pacchetti di servizi fissi-mobili «multiple play».
- 95 Nella replica, la ricorrente afferma che l'analisi, contenuta nella decisione impugnata, della capacità dell'entità derivante dalla concentrazione di impegnarsi in una strategia di preclusione è erranea, dato che Ziggo Sport Totaal e Fox Sports non dovevano essere inclusi nello stesso mercato rilevante. Secondo la ricorrente, il punto 501 della decisione impugnata conferma che tali canali appartengono a mercati distinti, poiché ciascuno di essi trasmette contenuti indispensabili. Inoltre, il fatto che Fox

Sports avesse un numero significativamente più elevato di abbonati rispetto a Ziggo Sport Totaal, sebbene esso fosse più costoso, come indicato al punto 502 della decisione impugnata, confermerebbe che tali canali non sono sostituibili.

- 96 Inoltre, la ricorrente contesta quella che considera una «modifica inaccettabile» della decisione impugnata, quando la Commissione ha rilevato, nell'ambito della presente controversia, un asserito errore di battitura al punto 500 della decisione impugnata, relativo ai dati sulle quote di mercato.
- 97 Essa invoca la sentenza del 26 ottobre 2017, KPN/Commissione (T-394/15, non pubblicata, EU:T:2017:756), secondo cui la presenza sul mercato di un concorrente importante come Fox Sports sarebbe insufficiente per escludere che un altro operatore possa disporre di un potere di mercato.
- 98 La ricorrente fa valere che il punto 504 della decisione impugnata, secondo cui la maggioranza dei partecipanti all'indagine di mercato ritiene che i fornitori di servizi televisivi debbano offrire almeno un canale televisivo sportivo premium a pagamento, non esclude che siano necessari vari canali per esercitare una concorrenza efficace. Inoltre, essa sostiene che la questione posta dalla Commissione durante l'indagine di mercato era ambigua.
- 99 Pertanto, tenuto conto del suo potere di mercato, l'entità derivante dalla concentrazione avrebbe la capacità di precludere l'accesso dei suoi concorrenti ad un input indispensabile.
- 100 In secondo luogo, per quanto concerne l'incentivo ad adottare una strategia di preclusione, la ricorrente sostiene che l'entità derivante dalla concentrazione sarebbe in grado di ottenere un vantaggio concorrenziale sul mercato a valle.
- 101 In terzo luogo, per quanto riguarda gli eventuali effetti della strategia di preclusione sulla concorrenza nel mercato dei pacchetti di servizi fissi-mobili «multiple play», la ricorrente fa valere che la Commissione, non avendo tenuto conto dell'importanza dei contenuti sportivi, non ha correttamente esaminato gli effetti negativi.
- 102 La Commissione, sostenuta dalle intervenienti, contesta gli argomenti addotti dalla ricorrente.
- 103 Con il secondo motivo, la ricorrente asserisce, in sostanza, che la Commissione è incorsa in un errore manifesto di valutazione nel non aver considerato che la concentrazione prevista suscitasse problemi verticali di concorrenza nel mercato della fornitura e dell'acquisizione all'ingrosso di canali televisivi sportivi premium a pagamento, in particolare effetti di preclusione dell'accesso agli input relativi a Ziggo Sport Totaal.
- 104 Ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 2, del regolamento n. 139/2004, le concentrazioni che non ostacolano in modo significativo una concorrenza effettiva nel mercato interno o in una parte sostanziale di esso, in particolare a causa della creazione o del rafforzamento di una posizione dominante, sono dichiarate compatibili con il mercato interno. Al contrario, secondo l'articolo 2, paragrafo 3, del medesimo regolamento, le concentrazioni che ostacolano in modo significativo una concorrenza effettiva nel mercato interno o in una parte sostanziale di esso, in particolare a causa della creazione o del rafforzamento di una posizione dominante, sono dichiarate incompatibili con il mercato interno.
- 105 Inoltre, in base all'articolo 8, paragrafo 2, del regolamento n. 139/2004, se la Commissione accerta che, a seguito delle modifiche apportate dalle imprese interessate, una concentrazione notificata soddisfa il criterio di cui all'articolo 2, paragrafo 2, di detto regolamento, essa adotta una decisione che dichiara la concentrazione compatibile con il mercato interno.
- 106 Come indicato al punto 58 della presente sentenza, secondo costante giurisprudenza, le norme sostanziali relative al controllo delle concentrazioni e, in particolare, quelle concernenti la valutazione delle concentrazioni, come l'articolo 2 del regolamento n. 139/2004, attribuiscono alla Commissione

un certo potere discrezionale, segnatamente in tema di valutazioni di ordine economico. Di conseguenza, il controllo da parte del giudice dell'Unione sull'esercizio di tale potere, che è essenziale per la determinazione delle regole in materia di concentrazioni, dev'essere effettuato tenendo conto del potere discrezionale che è implicito nelle regole di carattere economico facenti parte del regime delle concentrazioni.

- ¹⁰⁷ In particolare, non spetta al Tribunale sostituire la propria valutazione economica a quella della Commissione (v., in tal senso, sentenze del 9 luglio 2007, *Sun Chemical Group e a./Commissione*, T-282/06, EU:T:2007:203, punto 60, e del 7 giugno 2013, *Spar Österreichische Warenhandels/Commissione*, T-405/08, non pubblicata, EU:T:2013:306, punto 51).
- ¹⁰⁸ Tuttavia, come indicato al punto 60 della presente sentenza, sebbene la Commissione disponga di un potere discrezionale in materia economica, ciò non implica che il giudice dell'Unione debba astenersi dal controllare l'interpretazione, da parte della Commissione, di dati di natura economica. Infatti, tale giudice è tenuto in particolare a verificare non solo l'esattezza materiale degli elementi di prova addotti, la loro attendibilità e la loro coerenza, ma altresì ad accertare se tali elementi costituiscano l'insieme dei dati rilevanti che devono essere presi in considerazione per valutare una situazione complessa e se siano di natura tale da corroborare le conclusioni che se ne traggono.
- ¹⁰⁹ Il controllo delle operazioni di concentrazione da parte della Commissione necessita di un'analisi prospettica consistente nel verificare in che termini una tale operazione potrebbe modificare i fattori che determinano lo stato della concorrenza in un determinato mercato onde accertare se ne conseguirebbe un significativo ostacolo ad un'effettiva concorrenza. Tale analisi prospettica impone di ipotizzare le varie concatenazioni causa-effetto, al fine di accogliere quella maggiormente probabile (sentenze del 19 giugno 2009, *Qualcomm/Commissione*, T-48/04, EU:T:2009:212, punto 88, e del 9 marzo 2015, *Deutsche Börse/Commissione*, T-175/12, non pubblicata, EU:T:2015:148, punto 62; v. anche, in tal senso, sentenza del 15 febbraio 2005, *Commissione/Tetra Laval*, C-12/03 P, EU:C:2005:87, punto 43).
- ¹¹⁰ Spetta quindi alla Commissione dimostrare, con sufficiente probabilità, nella sua decisione che dichiara un'operazione di concentrazione compatibile con il mercato interno, che tale operazione, come modificata dagli impegni proposti dalle parti dell'operazione, non ostacolerà in maniera significativa una concorrenza effettiva nel mercato interno o in una parte sostanziale dello stesso. Spetta dunque ai terzi interessati, il cui ricorso sia diretto all'annullamento di una decisione che dichiara un'operazione di concentrazione assoggettata ad impegni compatibile con il mercato interno, dimostrare che la Commissione ha erroneamente valutato l'operazione in modo tale che la sua compatibilità con il mercato interno sia rimessa in discussione (v., in tal senso, sentenza del 19 giugno 2009, *Qualcomm/Commissione*, T-48/04, EU:T:2009:212, punti 89 e 90).
- ¹¹¹ È alla luce di tali considerazioni che occorre analizzare il secondo motivo.
- ¹¹² In via preliminare, la ricorrente fa valere che la Commissione ha errato nell'esaminare, nella decisione impugnata, gli effetti di preclusione dell'accesso agli input unicamente per quanto riguardava le reti mobili.
- ¹¹³ In proposito, si deve rammentare che, secondo la giurisprudenza, nell'ambito dell'esame della compatibilità di un'operazione di concentrazione con il mercato interno, la Commissione è tenuta a valutare gli effetti concorrenziali dell'operazione di concentrazione sui mercati nei quali esiste una sovrapposizione tra le attività delle parti di una concentrazione. Ne consegue che, se una delle parti si trovava già in una situazione di posizione dominante su un mercato rilevante, prima della concentrazione, tale situazione è sottratta, per definizione, all'analisi degli effetti concorrenziali della concentrazione. Per contro, lo stesso non vale quando la situazione di posizione dominante su un mercato rilevante deriva dalla concentrazione o è rafforzata da quest'ultima (v., in tal senso, sentenza del 13 maggio 2015, *Niki Luftfahrt/Commissione*, T-162/10, EU:T:2015:283, punti 248 e 249).

- 114 In tal modo, come indicato al punto 109 della presente sentenza, dalla giurisprudenza risulta che il controllo delle operazioni di concentrazione richiede un'analisi prospettica che consiste nell'esaminare come tale operazione possa modificare i fattori che determinano la situazione concorrenziale in un determinato mercato.
- 115 Inoltre, dal punto 20 degli orientamenti relativi alla valutazione delle concentrazioni non orizzontali a norma del regolamento del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese (GU 2008, C 265, pag. 6; in prosieguo: gli «orientamenti sulle concentrazioni non orizzontali») risulta che, nel valutare gli effetti di una concentrazione sulla concorrenza, la Commissione mette a confronto le condizioni di concorrenza che si determinerebbero a seguito della concentrazione notificata con le condizioni che si sarebbero affermate in assenza della concentrazione.
- 116 Nel caso di specie, dal punto 498 della decisione impugnata emerge che la Commissione ha focalizzato la sua analisi sui cambiamenti prodotti dalla concentrazione. A seguito degli impegni, l'unico cambiamento specifico risultante dalla concentrazione era l'aggiunta della rete mobile e della clientela essenzialmente mobile di Vodafone. Pertanto, la Commissione, senza incorrere in un errore manifesto di valutazione, poteva limitare la sua analisi – come ha fatto – al rischio di preclusione dell'accesso al canale Ziggo Sport Totaal con effetti sui mercati aventi una componente mobile, in particolare sul mercato della fornitura al dettaglio di pacchetti di servizi fissi-mobili «multiple play». Invero, dai punti da 499 a 522 della decisione impugnata risulta che, contrariamente a quanto sembra suggerire la ricorrente, la Commissione ha effettuato questo tipo di analisi concentrandosi sull'eventuale preclusione dell'accesso al canale Ziggo Sport Totaal con effetti, in particolare, sull'elemento mobile dei pacchetti di servizi fissi-mobili «multiple play».
- 117 Pertanto, la censura dedotta dalla ricorrente in via preliminare dev'essere respinta.
- 118 Dal punto 31 degli orientamenti sulle concentrazioni non orizzontali risulta che vi è una preclusione a livello degli input nel caso in cui, dopo la concentrazione, è probabile che il nuovo soggetto limiti l'accesso a prodotti o servizi che avrebbe altrimenti fornito se la concentrazione non avesse avuto luogo. Ai sensi del punto 32 di tali orientamenti, nel valutare la probabilità di uno scenario anticoncorrenziale di preclusione a livello degli input, la Commissione valuta, in primo luogo, se il soggetto risultante dalla concentrazione avrebbe, dopo l'operazione, la capacità di precludere in maniera significativa l'accesso agli input, in secondo luogo se avrebbe un incentivo ad agire in tal senso e, in terzo luogo, se una strategia di preclusione avrebbe un effetto negativo sulla concorrenza a valle. Dai punti da 497 a 522 della decisione impugnata emerge che la Commissione ha esaminato queste tre condizioni nel caso di specie, senza che tale approccio sia stato contestato dalla ricorrente.
- 119 Occorre rilevare, come fa valere la Commissione nel controricorso senza essere contraddetta dalla ricorrente al riguardo, che queste tre condizioni sono cumulative, cosicché l'assenza di una di esse è sufficiente per escludere il rischio di preclusione degli input anticoncorrenziale.
- 120 Per quanto concerne la prima di tali condizioni, vale a dire la capacità di impegnarsi in una strategia di preclusione dell'accesso agli input, dal punto 35 degli orientamenti sulle concentrazioni non orizzontali e dal punto 499 della decisione impugnata risulta che l'impresa integrata a livello verticale, derivante dalla concentrazione, deve avere un grado significativo di potere di mercato nel mercato a monte, vale a dire, nel caso di specie, nel mercato della fornitura all'ingrosso di canali televisivi sportivi premium a pagamento.
- 121 In base ai punti 409 e 500 della decisione impugnata, l'entità derivante dalla concentrazione aveva una quota di mercato inferiore al 10%, in termini di entrate, sull'eventuale mercato della fornitura e dell'acquisizione all'ingrosso di canali sportivi premium a pagamento, che era la segmentazione di mercato più ristretta prevista. Inoltre, secondo il punto 502 della decisione impugnata, Ziggo Sport Totaal aveva un numero di abbonati significativamente inferiore rispetto a Fox Sports, sebbene i prezzi di quest'ultimo canale fossero più elevati. Inoltre, ai sensi del punto 517 della decisione

impugnata, Ziggo Sport Totaal aveva meno del 5% del totale di abbonati alla televisione a pagamento nei Paesi Bassi. Inoltre, secondo i punti 518 e 519 della decisione impugnata, il consumo di contenuti audiovisivi su dispositivi mobili rappresentava meno del 3% del consumo totale di prodotti televisivi, e solo il 12% dei consumatori che utilizzano un dispositivo mobile per accedere a contenuti audiovisivi guarda la televisione in diretta e, in particolare, gli eventi sportivi. Più specificamente, secondo uno studio indipendente, nell'ultimo trimestre del 2015, solo il 4% degli abbonati a Ziggo Sport Totaal guardava questo canale sui propri dispositivi mobili, il che indicherebbe che solo una parte trascurabile del 3% del totale di abbonati alla televisione a pagamento che sono abbonati a Ziggo Sport Totaal è interessata ad accedere a tale canale sui suoi dispositivi mobili.

- 122 Da quanto precede risulta che la Commissione non è incorsa in un errore manifesto di valutazione nel concludere, nella decisione impugnata, che l'entità derivante dalla concentrazione non avrebbe la capacità di impegnarsi in una strategia di preclusione dell'accesso agli input per quanto riguarda, in particolare, Ziggo Sport Totaal nel mercato della fornitura di pacchetti di servizi fissi-mobili «multiple play».
- 123 Nessuno degli argomenti formulati dalla ricorrente è idoneo a confutare tale conclusione.
- 124 In primo luogo, si deve respingere l'argomento concernente la posizione dell'entità derivante dalla concentrazione sul mercato dei pacchetti di servizi «multiple play» in quanto inoperante e, in ogni caso, in quanto infondato. Da un lato, come indicato al punto 121 della presente sentenza, ciò che conta per valutare la capacità di attuare una strategia di preclusione dell'accesso agli input è la posizione sul mercato a monte, e non la posizione sul mercato a valle. Dall'altro lato, in ogni caso, dalla tabella n. 11 che figura nel punto 364 della decisione impugnata risulta che la quota di mercato dell'entità derivante dalla concentrazione nel mercato della fornitura di pacchetti di servizi fissi-mobili «multiple play» sarebbe inferiore al 20%, mentre la quota di mercato della ricorrente era superiore all'80%.
- 125 In proposito, va precisato che, come sottolineato dalla Commissione, i dati forniti dalla ricorrente, secondo cui l'entità derivante dalla concentrazione avrebbe una quota di mercato di oltre il 50% nel mercato dei pacchetti di servizi «multiple play», riguardano l'insieme dei mercati di pacchetti di servizi, mentre solo il mercato dei pacchetti aventi una componente mobile è rilevante ai fini della presente analisi, per le ragioni esposte ai punti da 112 a 117 supra. Pertanto, il documento elaborato dall'autorità olandese garante della concorrenza, che figura nell'allegato 20 del ricorso, non può suffragare la tesi della ricorrente, poiché le stime delle quote di mercato che esso contiene riguardano l'insieme dei pacchetti di servizi «multiple play».
- 126 In secondo luogo, l'argomento secondo cui Ziggo Sport Totaal e Fox Sports non dovrebbero essere inclusi nello stesso mercato rilevante al fine di valutare la capacità dell'entità derivante dalla concentrazione di impegnarsi in una strategia di preclusione dev'essere respinto per le ragioni esposte ai punti da 65 a 71 della presente sentenza.
- 127 In terzo luogo, dev'essere parimenti respinto l'argomento relativo ad una presunta modifica della decisione impugnata da parte della Commissione nell'ambito della controversia in esame. Oltre alle spiegazioni della Commissione secondo cui il punto 500 della versione non riservata della decisione impugnata conteneva un mero errore di battitura, è sufficiente rilevare che la nota a piè di pagina n. 269, inserita sotto il punto 409 della decisione impugnata, conteneva un intervallo di valori con le cifre corrette. Questa apparente contraddizione tra i suddetti due punti della decisione impugnata conferma che la versione non riservata di quest'ultima conteneva un mero errore di battitura al punto 500, come spiegato dalla Commissione.
- 128 In quarto luogo, la ricorrente interpreta erroneamente la sentenza del 26 ottobre 2017, KPN/Commissione (T-394/15, non pubblicata, EU:T:2017:756). Infatti, in tale sentenza, il Tribunale non ha considerato che un operatore possa avere un potere di mercato anche in presenza di un

concorrente molto più importante sul mercato, ma si è limitato ad osservare che la mera presenza di due operatori su un mercato non escludeva di per sé che uno di essi potesse avere un potere di mercato, in assenza di un'analisi della loro posizione sul mercato.

- 129 In quinto luogo, la ricorrente interpreta erroneamente anche il punto 504 della decisione impugnata, poiché, contrariamente a quanto essa indica, la maggioranza dei partecipanti all'indagine di mercato ha affermato che non era necessario offrire tutti i canali televisivi sportivi premium a pagamento, vale a dire Ziggo Sport Totaal e Fox Sports. Inoltre, contrariamente a quanto asserito dalla ricorrente, dalla lettura della questione posta dalla Commissione nel corso dell'indagine di mercato risulta che quest'ultima era sufficientemente chiara in proposito.
- 130 In sesto luogo, va rilevato che i documenti allegati al ricorso non sono idonei ad inficiare la conclusione relativa all'assenza di capacità di impegnarsi in una strategia di preclusione dell'accesso agli input per quanto riguarda Ziggo Sport Totaal.
- 131 In particolare, l'articolo del *TelecomPaper*, contenuto nell'allegato 17 del ricorso, che fa riferimento ad un'azione promozionale concernente Ziggo Sport, non contiene alcuna considerazione che possa rimettere in discussione l'assenza di potere di mercato a monte dell'entità derivante dalla concentrazione. Lo stesso vale per l'articolo che figura nell'allegato 18 del ricorso, che non consente di suffragare l'esistenza di un potere di mercato a monte risultante da Ziggo Sport Totaal, in quanto l'articolo in questione non fa riferimento a tale canale.
- 132 Per quanto concerne l'estratto del sito Internet dell'entità derivante dalla concentrazione, contenuto nell'allegato 19 del ricorso, che annuncia un aumento dei prezzi ai suoi clienti finali, giustificato da un aumento dei suoi costi, va rilevato che non è certo che ciò attesti l'esistenza di un rischio di effetti verticali. In particolare, tale documento non consente di suffragare la tesi secondo cui l'entità derivante dalla concentrazione avrebbe un potere di mercato a monte risultante da Ziggo Sport Totaal, che è una condizione indispensabile per l'esistenza di un rischio di preclusione dell'accesso agli input.
- 133 Pertanto, occorre respingere la prima parte del secondo motivo. Tenuto conto del carattere cumulativo delle tre condizioni relative all'esistenza di un rischio di preclusione dell'accesso agli input, non contestato del resto dalla ricorrente, non occorre esaminare la seconda e la terza parte del secondo motivo. Alla luce di quanto precede, il secondo motivo dev'essere respinto in quanto infondato.

Sul terzo motivo, vertente su una violazione dell'obbligo di motivazione

- 134 Con il terzo motivo, la ricorrente sostiene che, nella decisione impugnata, la Commissione ha violato l'obbligo di motivazione per quanto riguardava la definizione del mercato rilevante e l'assenza di un rischio di preclusione dell'accesso agli input nei confronti dei concorrenti sul mercato dei pacchetti di servizi fissi-mobili «multiple play».
- 135 In particolare, nella decisione impugnata, la Commissione non dimostrerebbe che Fox Sports ed Eurosport sono alternative interessanti a Ziggo Sport Totaal, così come non spiegherebbe il motivo per cui i differenti contenuti sportivi sono sostituibili tra loro, ad esempio, tra il calcio e la Formula 1. Inoltre, nella decisione impugnata, la Commissione non considererebbe l'importanza del contenuto nella sua analisi degli effetti della concentrazione sul mercato dei pacchetti di servizi fissi-mobili «multiple play». Secondo la ricorrente, la Commissione non indica nemmeno il motivo per cui, a suo avviso, non è plausibile che l'eventuale aumento delle entrate derivanti dai nuovi abbonati possa compensare la perdita di reddito proveniente dalle licenze relative a Ziggo Sport Totaal concesse agli altri operatori.

- 136 Nella replica, la ricorrente sostiene che la Commissione avrebbe dovuto motivare la sua decisione di non considerare che il mercato dei canali televisivi sportivi premium a pagamento dovesse essere ulteriormente segmentato in funzione dei contenuti sportivi. Tenuto conto del fatto che la ricorrente ha dedotto tali argomenti durante il procedimento amministrativo, la Commissione avrebbe dovuto esaminarli.
- 137 La Commissione, sostenuta dalle intervenienti, contesta le argomentazioni della ricorrente.
- 138 Secondo una costante giurisprudenza, la motivazione prescritta dall'articolo 296 TFUE dev'essere adeguata alla natura dell'atto di cui trattasi e deve fare apparire in forma chiara e inequivocabile l'iter logico seguito dall'istituzione da cui esso promana, in modo da consentire agli interessati di conoscere le ragioni del provvedimento adottato e permettere al giudice competente di esercitare il proprio controllo. Il requisito della motivazione deve essere valutato in funzione delle circostanze della fattispecie, in particolare del contenuto dell'atto, della natura dei motivi invocati e dell'interesse che i destinatari dell'atto o i terzi da esso interessati direttamente e individualmente possano avere nel ricevere spiegazioni. La motivazione non deve necessariamente specificare tutti gli elementi di fatto e di diritto pertinenti, in quanto l'accertamento se la motivazione di un atto soddisfi i requisiti di cui al suddetto articolo 296 va effettuato alla luce non solo del suo tenore, ma anche del suo contesto e del complesso delle norme giuridiche che disciplinano la materia di cui trattasi (v. sentenza del 10 luglio 2008, Bertelsmann e Sony Corporation of America/Impala, C-413/06 P, EU:C:2008:392, punto 166 e giurisprudenza ivi citata).
- 139 Tuttavia, l'autore di tale atto non è tenuto a prendere posizione su elementi che sono chiaramente secondari né ad anticipare potenziali obiezioni. Inoltre, il grado di precisione della motivazione di una decisione dev'essere proporzionato alle possibilità materiali ed alle condizioni tecniche o al tempo disponibile per la sua adozione. Pertanto, la Commissione non viola il proprio obbligo di motivazione se, quando esercita il suo potere di controllo delle operazioni di concentrazione, non include nella sua decisione una motivazione precisa riguardo alla valutazione di vari aspetti della concentrazione che le sembrano manifestamente non pertinenti, privi di senso o chiaramente secondari ai fini della valutazione di quest'ultima. Un obbligo del genere sarebbe infatti difficilmente compatibile con il dovere imperativo di rapidità e con i termini di procedura ristretti, imposti alla Commissione nell'esercizio del suo potere di controllo delle operazioni di concentrazione e che rientrano fra gli aspetti specifici di una procedura di controllo di tali operazioni (sentenza del 10 luglio 2008, Bertelsmann e Sony Corporation of America/Impala, C-413/06 P, EU:C:2008:392, punto 167).
- 140 A tal riguardo, sebbene la Commissione non sia obbligata, nella motivazione delle decisioni adottate in applicazione del regolamento, a prendere posizione su tutti gli elementi ed argomenti presentati dinanzi ad essa, ivi compresi quelli chiaramente secondari per la valutazione da effettuare, ciò nondimeno essa deve esporre i fatti e le riflessioni giuridiche che rivestono un'importanza essenziale nell'economia della decisione. Inoltre, la motivazione dev'essere logica per cui, in particolare, non deve presentare contraddizioni interne (sentenza del 10 luglio 2008, Bertelsmann e Sony Corporation of America/Impala, C-413/06 P, EU:C:2008:392, punto 169).
- 141 Inoltre, dalla giurisprudenza risulta che la carenza o l'insufficienza di motivazione costituisce un motivo relativo alla violazione delle forme sostanziali, distinto, come tale, dal motivo relativo all'inesattezza della motivazione della decisione, il cui controllo rientra nell'esame della fondatezza di tale decisione (sentenza del 19 giugno 2009, Qualcomm/Commissione, T-48/04, EU:T:2009:212, punto 175).
- 142 È alla luce di tali considerazioni che occorre esaminare il terzo motivo dedotto dalla ricorrente.
- 143 In primo luogo, la ricorrente fa valere che la decisione impugnata viola l'obbligo di motivazione per quanto concerne la definizione del mercato rilevante. In particolare, la decisione impugnata non spiegherebbe perché Fox Sports è un'alternativa interessante a Ziggo Sport Totaal e perché i differenti

contenuti sportivi sono sostituibili. Pertanto, la Commissione avrebbe dovuto motivare la sua decisione di non considerare che il mercato dei canali televisivi sportivi premium a pagamento dovesse essere ulteriormente segmentato in funzione dei contenuti sportivi.

144 Tali argomenti non possono essere accolti.

145 Infatti, come risulta in particolare dai punti 70 e 71 della presente sentenza, nella decisione impugnata, la Commissione ha basato la sua conclusione relativa alla definizione del mercato rilevante sulle seguenti considerazioni. Anzitutto, un certo numero di partecipanti all'indagine di mercato ha rilevato che i canali Ziggo Sport Totaal e Fox Sports erano in concorrenza per clienti e contenuti simili e stavano diventando sempre più sostituibili. Inoltre, la Commissione ha osservato che i clienti, vale a dire i fornitori al dettaglio, avevano accesso a un certo numero di canali televisivi sportivi premium a pagamento, in particolare a Fox Sports, come alternativa a Ziggo Sport Totaal. Inoltre, la maggioranza dei partecipanti all'indagine di mercato ha affermato che Fox Sports aveva un'offerta di contenuti altrettanto interessante, o anche più interessante di quella di Ziggo Sport Totaal. Inoltre, la maggioranza dei partecipanti all'indagine ha fatto valere che era essenziale per i fornitori di servizi televisivi al dettaglio offrire almeno un canale televisivo sportivo premium a pagamento, ma solo una minoranza ha indicato che era necessario offrire tutti i canali televisivi sportivi premium a pagamento disponibili nei Paesi Bassi.

146 Alla luce, in particolare, di tali considerazioni, non si può affermare che la decisione impugnata abbia violato l'obbligo di motivazione nel non segmentare ulteriormente il mercato della fornitura e dell'acquisizione all'ingrosso di canali televisivi sportivi premium a pagamento, tenuto conto della sostituibilità dei canali Ziggo Sport Totaal e Fox Sports sul lato della domanda, vale a dire dal punto di vista dei fornitori al dettaglio di servizi televisivi.

147 In secondo luogo, la ricorrente sostiene che la decisione impugnata viola l'obbligo di motivazione, non considerando l'importanza del contenuto nella sua analisi degli effetti della concentrazione sul mercato dei pacchetti di servizi fissi-mobili «multiple play».

148 Tale argomento non può essere accolto.

149 Come si evince, segnatamente, dai punti 502, 504 e 507 della decisione impugnata, la Commissione ha basato la sua conclusione relativa all'assenza di rischio di preclusione dell'accesso agli input anticoncorrenziale, in particolare, sull'esistenza di un'alternativa a Ziggo Sport Totaal avente contenuti altrettanto interessanti – o anche più interessanti, vale a dire Fox Sports, disponibile per i concorrenti a valle dell'entità derivante dalla concentrazione.

150 Infine, poiché gli argomenti formulati dalla ricorrente nell'ambito del terzo motivo possono essere intesi in realtà come una contestazione della valutazione nel merito realizzata dalla Commissione nella decisione impugnata, come sostiene quest'ultima, occorrerebbe, in ogni caso, respingere tali argomenti per le ragioni esposte nel quadro dell'analisi del primo e del secondo motivo ai punti da 57 a 90 e da 118 a 133 della presente sentenza.

151 Alla luce di quanto precede, si deve respingere il terzo motivo in quanto infondato.

152 Alla luce dell'insieme delle considerazioni che precedono, occorre respingere il ricorso nella sua interezza.

Sulle spese

- ¹⁵³ Ai sensi dell'articolo 134, paragrafo 1, del regolamento di procedura, la parte soccombente è condannata alle spese se ne è stata fatta domanda. Poiché la ricorrente è rimasta soccombente, occorre condannarla alle spese, conformemente alla domanda della Commissione e delle intervenienti.
- ¹⁵⁴ Pertanto, la ricorrente sopporterà, oltre alle proprie spese, quelle sostenute dalla Commissione e dalle intervenienti.

Per questi motivi,

IL TRIBUNALE (Ottava Sezione)

dichiara e statuisce:

- 1) **Il ricorso è respinto.**
- 2) **La KPN BV sopporterà le proprie spese nonché quelle sostenute dalla Commissione europea, dalla VodafoneZiggo Group Holding BV, dalla Vodafone Group plc e dalla Liberty Global Europe Holding BV.**

Collins

Kancheva

Barents

Così deciso e pronunciato a Lussemburgo il 23 maggio 2019.

Firme