

Gazzetta ufficiale

dell'Unione europea

C 66



Edizione
in lingua italiana

Comunicazioni e informazioni

56° anno
7 marzo 2013

Numero d'informazione Sommario Pagina

IV Informazioni

INFORMAZIONI PROVENIENTI DALLE ISTITUZIONI, DAGLI ORGANI E DAGLI ORGANISMI DELL'UNIONE EUROPEA

Commissione europea

2013/C 66/01	Tassi di cambio dell'euro	1
2013/C 66/02	Parere del comitato consultivo in materia di concentrazioni formulato nella riunione, dell'8 agosto 2012, in relazione a un progetto di decisione concernente il caso COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV — Relatore: Portogallo	2
2013/C 66/03	Relazione finale del consigliere-auditore — COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV	4
2013/C 66/04	Sintesi della decisione della Commissione, del 4 settembre 2012, che dichiara una concentrazione compatibile con il mercato interno e con il funzionamento dell'accordo SEE (Caso COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV) [notificata con il numero C(2012) 6063 final] ⁽¹⁾	5
2013/C 66/05	Decisione della Commissione, del 6 marzo 2013, che modifica la decisione della Commissione, del 6 ottobre 2010, che istituisce il gruppo di esperti sullo sviluppo della missione da affidare ai sistemi europei di navigazione satellitare, denominato «Gruppo consultivo sullo sviluppo della missione» (Mission Evolution Advisory Group) ⁽¹⁾	24

IT

Prezzo:
3 EUR

⁽¹⁾ Testo rilevante ai fini del SEE

(segue)

INFORMAZIONI RELATIVE ALLO SPAZIO ECONOMICO EUROPEO

Autorità di vigilanza EFTA

2013/C 66/06	Informazioni comunicate dagli Stati EFTA sugli aiuti di Stato concessi in virtù della legge di cui al punto 1, lettera j), dell'allegato XV all'accordo SEE [regolamento (CE) n. 800/2008 della Commissione che dichiara alcune categorie di aiuti compatibili con il mercato comune in applicazione degli articoli 87 e 88 del trattato (regolamento generale di esenzione per categoria)] 25
2013/C 66/07	Comunicazione dell'Autorità di vigilanza EFTA sugli attuali tassi di interesse per il recupero degli aiuti di Stato e sui tassi di riferimento/attualizzazione in vigore per tre Stati EFTA, applicabili dal 1° gennaio 2013 [Pubblicata a norma dell'articolo 10 della decisione dell'Autorità n. 195/04/COL, del 14 luglio 2004, (GU L 139 del 25.5.2006, pag. 37 e supplemento SEE n. 26/2006 del 25.5.2006, pag. 1)] 27

V Avvisi

PROCEDIMENTI GIURISDIZIONALI

Corte EFTA

2013/C 66/08	Ricorso proposto il 4 dicembre 2012 dall'Autorità di vigilanza EFTA contro il Principato del Liechtenstein (Causa E-14/12) 28
2013/C 66/09	Ricorso proposto il 30 novembre 2012 dall'Autorità di vigilanza EFTA contro l'Islanda (Causa E-12/12) 29
2013/C 66/10	Ricorso proposto il 30 novembre 2012 dall'Autorità di vigilanza EFTA contro l'Islanda (Causa E-13/12) 30

PROCEDIMENTI RELATIVI ALL'ATTUAZIONE DELLA POLITICA DELLA CONCORRENZA

Commissione europea

2013/C 66/11	Notifica preventiva di una concentrazione (Caso COMP/M.6869 — GM/Ispol) — Caso ammissibile alla procedura semplificata ⁽¹⁾ 31
--------------	--



⁽¹⁾ Testo rilevante ai fini del SEE

IV

(Informazioni)

INFORMAZIONI PROVENIENTI DALLE ISTITUZIONI, DAGLI ORGANI E
DAGLI ORGANISMI DELL'UNIONE EUROPEA

COMMISSIONE EUROPEA

Tassi di cambio dell'euro ⁽¹⁾

6 marzo 2013

(2013/C 66/01)

1 euro =

Moneta	Tasso di cambio	Moneta	Tasso di cambio		
USD	dollari USA	1,3035	AUD	dollari australiani	1,2670
JPY	yen giapponesi	121,85	CAD	dollari canadesi	1,3408
DKK	corone danesi	7,4556	HKD	dollari di Hong Kong	10,1099
GBP	sterline inglesi	0,86440	NZD	dollari neozelandesi	1,5630
SEK	corone svedesi	8,3159	SGD	dollari di Singapore	1,6244
CHF	franchi svizzeri	1,2301	KRW	won sudcoreani	1 412,69
ISK	corone islandesi		ZAR	rand sudafricani	11,7980
NOK	corone norvegesi	7,4250	CNY	renminbi Yuan cinese	8,1066
BGN	lev bulgari	1,9558	HRK	kuna croata	7,5928
CZK	corone ceche	25,565	IDR	rupia indonesiana	12 638,96
HUF	fiorini ungheresi	298,55	MYR	ringgit malese	4,0497
LTL	litas lituani	3,4528	PHP	peso filippino	53,067
LVL	lats lettone	0,7008	RUB	rublo russo	39,9850
PLN	zloty polacchi	4,1495	THB	baht thailandese	38,792
RON	leu rumeni	4,3578	BRL	real brasiliano	2,5631
TRY	lire turche	2,3365	MXN	peso messicano	16,5647
			INR	rupia indiana	71,3700

⁽¹⁾ Fonte: tassi di cambio di riferimento pubblicati dalla Banca centrale europea.

Parere del comitato consultivo in materia di concentrazioni formulato nella riunione dell'8 agosto 2012 in relazione a un progetto di decisione concernente il caso COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV

Relatore: Portogallo

(2013/C 66/02)

Concentrazione

1. Il Comitato consultivo concorda con la Commissione nel ritenere che l'operazione notificata costituisca una concentrazione ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), del regolamento sulle concentrazioni.
2. Il Comitato consultivo concorda con la Commissione nel ritenere che l'operazione notificata costituisca una concentrazione di dimensione comunitaria ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 3, del regolamento sulle concentrazioni.

Definizione del mercato

3. Il Comitato consultivo concorda con le definizioni dei mercati geografici e del prodotto rilevanti indicate dalla Commissione nel progetto di decisione.
4. In particolare, il Comitato consultivo concorda sul fatto che l'operazione deve essere valutata sui seguenti mercati:
 - a) mercato per la fornitura all'ingrosso di piattaforme per i servizi di pagamento mobile, almeno nel Regno Unito;
 - b) mercato della conservazione sicura, almeno nel Regno Unito;
 - c) mercato per la distribuzione al dettaglio di servizi di portafoglio mobile ai clienti, almeno nel Regno Unito;
 - d) mercato dei servizi pubblicitari, almeno nel Regno Unito;
 - e) mercato dei servizi di intermediazione pubblicitaria mobile, almeno nel Regno Unito;
 - f) mercato per i servizi di SMS bulk al dettaglio e all'ingrosso, almeno nel Regno Unito;
 - g) mercato dei servizi di analisi dei dati, almeno nel Regno Unito;
 - h) mercato britannico dei servizi di telefonia mobile al dettaglio.

Valutazione della concorrenza

Effetti verticali

5. Il Comitato consultivo concorda con la valutazione della Commissione secondo cui è improbabile che l'operazione proposta dia luogo a effetti verticali coordinati e non coordinati che potrebbero ostacolare in modo significativo una concorrenza effettiva almeno nel mercato del Regno Unito per la fornitura all'ingrosso di piattaforme per i servizi di pagamento mobile.
6. In particolare il Comitato consultivo concorda con la valutazione della Commissione, secondo cui le parti notificanti non disporrebbero:
 - a) delle capacità tecniche per precludere in maniera significativa l'accesso ai fornitori concorrenti di portafogli mobili;
 - b) della capacità commerciale per precludere in maniera significativa l'accesso al mercato ai fornitori concorrenti di portafogli mobili;
 - c) di motivazioni unilaterali o congiunte per precludere in maniera significativa l'accesso al mercato ai fornitori concorrenti di portafogli mobili.

7. Il Comitato consultivo concorda con la valutazione della Commissione secondo cui è improbabile che l'operazione proposta dia luogo a effetti verticali coordinati e non coordinati che potrebbero ostacolare significativamente una concorrenza effettiva almeno nel mercato del Regno Unito per la fornitura all'ingrosso e al dettaglio di servizi di SMS bulk.

Effetti di conglomerato

8. Il Comitato consultivo concorda con la valutazione della Commissione secondo cui è improbabile che l'operazione proposta dia luogo a effetti coordinati e non coordinati che potrebbero ostacolare significativamente una concorrenza effettiva nel mercato del Regno Unito per la fornitura all'ingrosso di piattaforme per i servizi di telefonia mobile al dettaglio.

Effetti orizzontali

9. Il Comitato consultivo concorda con la valutazione della Commissione secondo cui è improbabile che l'operazione proposta dia luogo a effetti orizzontali che potrebbero ostacolare in modo significativo una concorrenza effettiva nei mercati rilevanti.

Conclusioni

10. Il Comitato consultivo concorda con la conclusione della Commissione secondo cui è improbabile che l'operazione proposta ostacoli significativamente una concorrenza effettiva nel mercato interno o in una parte sostanziale di esso e, di conseguenza, va dichiarata compatibile con il mercato interno e con il funzionamento dell'accordo SEE, ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 2, e dell'articolo 8, paragrafo 1, del regolamento sulle concentrazioni e dell'articolo 57 dell'accordo SEE.
-

Relazione finale del consigliere-auditore ⁽¹⁾**COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV**

(2013/C 66/03)

In data 6 marzo 2012 la Commissione europea ha ricevuto la notifica di una proposta di concentrazione ai sensi dell'articolo 4 del regolamento sulle concentrazioni ⁽²⁾, secondo la quale Telefónica UK Limited, Vodafone Group plc, e Everything Everywhere Limited (sotto il controllo congiunto di France Télécom e Deutsche Telekom), acquisiscono, ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), del regolamento sulle concentrazioni, il controllo comune di una joint venture di nuova costituzione che offrirà vari servizi di commercio mobile a imprese nel Regno Unito. Il 13 aprile 2012 la Commissione ha adottato la decisione di avviare il procedimento di cui all'articolo 6, paragrafo 1, lettera c), del regolamento sulle concentrazioni.

Il 14 giugno e il 10 luglio 2012 il consigliere-auditore ha accettato la richiesta, rispettivamente, di Hutchinson 3G UK Limited («Three UK») e di Lloyds Banking Group di essere sentiti come terzi interessati ai sensi dell'articolo 18, paragrafo 4 del regolamento sulle concentrazioni. Three UK e Lloyds Banking Group hanno dimostrato di avere sufficiente interesse nel procedimento. La concentrazione notificata è tale da poter incidere sulla loro posizione concorrenziale per quanto riguarda l'offerta di servizi di pagamento mobile nel Regno Unito. Lloyds Banking Group è anche un potenziale cliente della futura joint venture. Entrambe le parti, inoltre, hanno apportato una serie di contributi nel corso del procedimento. Di conseguenza, il consigliere-auditore ha informato le parti notificanti della decisione di riconoscere Three UK e Lloyds Banking Group come terzi interessati.

Sulla base di ulteriori elementi di prova raccolti durante la fase di indagine approfondita, i servizi della Commissione hanno concluso che l'operazione proposta non è tale da ostacolare in modo significativo una concorrenza effettiva nel mercato comune; essa è ritenuta pertanto compatibile con il mercato comune e con l'accordo SEE. Non è stata di conseguenza inviata alle parti nessuna comunicazione delle obiezioni.

Il progetto di decisione prevede l'autorizzazione della concentrazione proposta, senza condizioni. Il consigliere-auditore non ha ricevuto denunce riguardo all'effettivo esercizio dei diritti procedurali dalle parti notificanti o da altre parti. Il progetto di decisione non contiene obiezioni su cui le parti non abbiano avuto la possibilità di esprimere il proprio parere. Il consigliere-auditore reputa quindi che nel presente caso tutti i partecipanti al procedimento abbiano avuto modo di esercitare effettivamente i loro diritti procedurali.

Bruxelles, 8 agosto 2012

Michael ALBERS

⁽¹⁾ Ai sensi degli articoli 16 e 17 della decisione 2011/695/UE del presidente della Commissione europea, del 13 ottobre 2011, relativa alla funzione e al mandato del consigliere-auditore per taluni procedimenti in materia di concorrenza (GU L 275 del 20.10.2011, pag. 29).

⁽²⁾ Regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese (GU L 24 del 29.1.2004, pag. 1).

Sintesi della decisione della Commissione

del 4 settembre 2012

che dichiara una concentrazione compatibile con il mercato interno e con il funzionamento dell'accordo SEE

(Caso COMP/M.6314 — Telefónica UK/Vodafone UK/Everything Everywhere/JV)

[notificata con il numero C(2012) 6063 final]

(Il testo in lingua inglese è il solo facente fede)

(Testo rilevante ai fini del SEE)

(2013/C 66/04)

Alcune parti del testo sono state modificate per evitare la divulgazione di informazioni riservate; le parti in questione sono indicate mediante parentesi quadre e un asterisco.

Il 4 settembre 2012 la Commissione ha adottato una decisione in un caso di concentrazione in conformità del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio, del 20 gennaio 2004, relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese ⁽¹⁾, in particolare dell'articolo 8, paragrafo 1 di tale regolamento. Una versione non riservata del testo integrale della decisione nella lingua facente fede per il caso in oggetto e nelle lingue di lavoro della Commissione è disponibile sul sito Internet della direzione generale della Concorrenza, al seguente indirizzo:

http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html

I. PROCEDIMENTO

- (1) In data 6 marzo 2012 è pervenuta alla Commissione la notifica di un progetto di concentrazione in conformità dell'articolo 4 del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio (il «regolamento sulle concentrazioni»). Con tale operazione («l'operazione») le imprese Everything Everywhere Limited («Everything Everywhere», Telefónica UK Limited («Telefónica UK») e Vodafone Group Plc («Vodafone Group») (insieme «le parti notificanti») acquisivano, ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), del regolamento sulle concentrazioni, il controllo comune di una società di nuova costituzione che si configura come impresa comune («l'impresa comune») che offrirà diversi servizi di commercio elettronico mobile (in appresso «m-commerce») alle imprese del Regno Unito.
- (2) L'operazione costituisce una concentrazione di dimensione UE ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 2 del regolamento sulle concentrazioni.
- (3) A seguito della prima fase della valutazione, la Commissione ha concluso che l'operazione rientrava nel campo d'applicazione del regolamento sulle concentrazioni e che suscitava seri dubbi quanto alla sua compatibilità con il mercato interno e con l'accordo SEE. Il 13 aprile 2012 essa ha pertanto avviato un procedimento in conformità dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera c), del regolamento sulle concentrazioni (in appresso «decisione di avvio del procedimento»).
- (4) Le parti notificanti hanno presentato separatamente diverse comunicazioni intese a rispondere alle questioni specifiche sollevate nella decisione di avvio del procedimento.

- (5) Il 2 maggio 2012 le parti notificanti hanno chiesto una proroga di 17 giorni lavorativi dei termini stabiliti per la seconda fase dell'indagine ai sensi dell'articolo 10, paragrafo 3, secondo comma, del regolamento sulle concentrazioni.

II. LE PARTI NOTIFICANTI

- (6) Everything Everywhere è un'impresa comune creata dalla fusione tra T-Mobile UK e Orange UK, una concentrazione dichiarata compatibile con il mercato interno dalla decisione della Commissione del 1° marzo 2010 relativa al caso COMP/M.5650 — T-Mobile/Orange ⁽²⁾. Everything Everywhere è detenuta in ultima istanza da France Télécom e Deutsche Telekom che operano nel settore dei servizi di telefonia fissa e mobile in una serie di Stati membri dell'UE e a livello mondiale.
- (7) Telefónica UK è una controllata al 100 % di Telefónica S.A. e appartiene a Telefónica Group, che offre principalmente servizi di telefonia fissa e mobile in una serie di Stati membri dell'UE nonché in diversi Stati non europei e soprattutto nell'America latina.
- (8) Vodafone Group è la società di partecipazione di un gruppo di società che opera nella gestione di reti di telecomunicazioni mobili e nella fornitura di servizi di telecomunicazioni connessi. Vodafone Group, che detiene globalmente partecipazioni in 30 operatori di telefonia mobile, è attivo in altri paesi dell'Unione europea attraverso le sue società controllate, alcune delle quali al 100 %, ed è in relazione anche con reti di partner costituite da operatori mobili in più di 40 paesi, compresi

⁽¹⁾ GU L 24 del 29.1.2004, pag. 1 (in appresso il «regolamento sulle concentrazioni»).

⁽²⁾ Punto 239.

Stati che fanno parte dell'Unione europea. Vodafone UK Limited («Vodafone UK») è una controllata al 100 % del gruppo Vodafone ed è attiva soprattutto nel mercato al dettaglio della telefonia mobile nel Regno Unito.

(9) L'impresa comune offrirebbe diversi servizi destinati ad imprese del Regno Unito. Nessuna delle attività dell'impresa comune è destinata direttamente ai consumatori. L'impresa comune fornirebbe servizi alle parti notificanti nonché ad operatori mobili terzi (in appresso «gli utenti del servizio»). In particolare essa prevede di offrire i seguenti servizi:

a) la messa a disposizione di una piattaforma per la fornitura di servizi di transazione (ad esempio pagamenti o acquisto di biglietti) accessibili offline tramite un telefono cellulare abilitato all'NFC (Near Field Communication, una tecnologia di scambio di dati a brevissima distanza) e online via Internet (piattaforma per i servizi di pagamento mobile, «Wallet Platform») ⁽³⁾. La piattaforma per i servizi di pagamento mobile supporterebbe la fornitura di diversi servizi NFC correlati comprendenti, tra l'altro, i pagamenti nei negozi, l'acquisto di biglietti, i servizi di accesso, i buoni e servizi di fedeltà che consentono la fornitura di buoni digitali ai consumatori (le «transazioni»). I servizi sarebbero forniti a istituti commerciali come le banche e altre istituzioni che emettono carte di pagamento (carte di credito, carte di debito, valori monetari memorizzati ecc.), emittenti di carte di fedeltà, servizi per la vendita di biglietti e altri venditori al dettaglio (in appresso «i fornitori di servizi»);

b) la fornitura e il *sourcing* di servizi di piattaforma di marketing mobile in modo da offrire un unico punto di contatto per inserzionisti e agenzie pubblicitarie che intendano realizzare campagne pubblicitarie destinate a clienti dei gestori di reti mobili e dei gestori di reti mobili virtuali, sia attraverso messaggi push, coupon e buoni che mediante la vendita di spazi pubblicitari;

⁽³⁾ Per «portafoglio mobile» (mobile wallet) si può intendere: i) l'equivalente elettronico di un «portafoglio a scomparti»: «il portafoglio a scomparti» fornisce al consumatore una rassegna di tutte le applicazioni caricate nel «secure element» permettendogli di scegliere quali carte di pagamento sono attivate e di stabilire criteri di priorità tra di esse. Il «portafoglio mobile» funge da contenitore per tutte le carte di pagamento virtuali del consumatore (la componente interfaccia grafica) e permette di configurare il *secure element* (la componente tecnica) anche con carte rilasciate da emittenti diversi, in maniera analoga a un consumatore che disponga materialmente di carte di pagamento nel proprio portafoglio; ii) un «portafoglio app-centrico»: un portafoglio virtuale che contiene una sola applicazione che può a sua volta contenere diverse carte, ma dello stesso emittente. Ciascuna singola carta immagazzinata sul *secure element* (per esempio, una carta di pagamento) è rappresentata da un'applicazione corrispondente (l'interfaccia grafica) sul telefono cellulare. Pertanto, una carta appartenente a un singolo fornitore di servizi compare sul telefonino come singola applicazione. Nel mondo materiale equivale quindi a una carta di plastica.

c) la fornitura di servizi di analisi dei dati ai clienti dell'impresa comune (transazioni e pubblicità) relativamente ai dati raccolti dai servizi di transazione e da quelli pubblicitari ⁽⁴⁾.

III. I MERCATI RILEVANTI

3.1. Mercati rilevanti del prodotto

Mercato per la fornitura all'ingrosso di piattaforme per i servizi di pagamento mobile

(10) Si potrebbe definire un mercato rilevante per la fornitura all'ingrosso di piattaforme per i servizi di pagamento mobile ⁽⁵⁾ distinto dal mercato per la distribuzione al dettaglio di servizi di pagamento mobile ai clienti, tuttavia, ai fini della presente decisione, ciò non è necessario dal momento che l'operazione non ostacolerebbe in modo significativo un'effettiva concorrenza indipendentemente dalla definizione del mercato dei prodotti scelta.

Mercato della conservazione sicura

(11) È indispensabile che il portafoglio mobile conservi le informazioni, ed in particolare le credenziali di pagamento, in maniera sicura. Tale conservazione può essere assicurata, in linea di principio, da una serie di strumenti come la conservazione su cloud e la conservazione su secure element (SE) che possono avvenire in diversi luoghi o sul telefonino stesso.

(12) La Commissione non esclude che possa essere fatta una distinzione tra un mercato per la fornitura all'ingrosso di servizi di piattaforma di pagamento mobile e un mercato per la sola fornitura di modalità di conservazione sicura. Tuttavia, un mercato per la fornitura di modalità di conservazione sicura non comprenderebbe soltanto la conservazione sicura su carte SIM, ma includerebbe anche

⁽⁴⁾ L'impresa comune agirebbe anche da elaboratore virtuale delle transazioni (VTP) consentendo ai venditori al dettaglio di analizzare le attività al dettaglio dei consumatori. L'impresa comune non elaborerebbe in prima persona i dati relativi alle transazioni, ma si associerebbe a elaboratori di transazioni terzi già esistenti agendo come intermediario nella cattura di informazioni di base circa gli acquisti online e fisici realizzati dagli utilizzatori del portafoglio mobile e di alcune informazioni relative all'utente. Successivamente, l'impresa comune potrebbe trasmettere tali informazioni al venditore interessato come servizio a valore aggiunto. Benché non rientrino nel mercato dei prodotti rilevante (dal momento che i servizi VTP dell'impresa comune non sono offerti come un prodotto distinto) tali servizi sono correlati agli elementi pubblicitari e di analisi dei dati dell'impresa comune.

⁽⁵⁾ Alcune società (Ericsson, Microsoft, etc.) offrono attualmente i cosiddetti portafogli «white label». Tali imprese hanno cercato di fornire alle parti sul mercato le infrastrutture IT per agevolare le transazioni, l'utilizzazione dei buoni e l'analisi dei dati al fine di promuovere un «portafoglio di marca». La fornitura di portafogli «etichetta bianca» ricorda l'offerta di una piattaforma di pagamento che la stessa impresa comune intende proporre a gestori di reti mobili (anche virtuali) terzi. Inoltre, tali imprese sono presenti, come l'impresa comune, solo al livello di ingrosso e pertanto la componente fornitura di un mercato per la fornitura all'ingrosso di servizi di piattaforma di pagamento sarebbe diversa nel concreto da quella per la fornitura di distribuzione al dettaglio di servizi di portafoglio mobile agli utilizzatori finali.

almeno una conservazione sicura su SE integrati ed eventualmente su SE in dispositivi connessi a telefonini nonché soluzioni basate su cloud.

- (13) In ogni caso, ai fini della presente decisione, non occorre precisare se nel mercato per la conservazione sicura rientri anche la conservazione sicura su SE su dispositivi connessi a telefonini cellulari soluzioni basate su cloud dal momento che l'operazione non ostacolerebbe in modo significativo un'effettiva concorrenza qualunque sia la definizione del mercato dei prodotti scelta.

Mercato per la distribuzione al dettaglio di servizi di portafoglio mobile ai clienti

- (14) Le parti notificanti ritengono che esista un mercato a valle per la distribuzione al dettaglio di servizi di portafoglio mobile ai clienti. L'impresa comune non sarebbe presente su questo mercato. Invece, l'offerta dell'impresa comune per una fornitura all'ingrosso di piattaforme per i servizi di pagamento mobile permetterebbe alle parti notificanti e ad altri utilizzatori del servizio di offrire un portafoglio mobile personalizzato per il dettaglio sulla base della piattaforma di pagamento fornita dall'impresa comune.

- (15) Nel corso della propria indagine di mercato la Commissione ha valutato, segnatamente, quanto segue:

- a) se il mercato al dettaglio per la fornitura di servizi di portafoglio mobile (in cui rientrano i pagamenti mobili sia online che offline) costituirebbe un mercato distinto da quello dei servizi esistenti per i pagamenti online (mediante carte di credito/carte di debito/PayPal via Internet da computer fisso, tablet o telefonino);
- b) se il mercato al dettaglio per la fornitura di servizi di portafoglio mobile (in cui rientrano i pagamenti mobili sia online che offline) costituirebbe un mercato distinto da quello dei servizi esistenti per i pagamenti offline (mediante carte di credito/carte di debito abilitate con tecnologia NFC e mezzi tradizionali di pagamento come carte di credito e di debito e pagamenti in contanti);
- c) l'opportunità di suddividere ulteriormente il mercato al dettaglio per la fornitura di servizi di portafoglio mobile in pagamenti mobili offline e online.

- (16) La Commissione ritiene che i metodi attualmente esistenti di pagamento online e pagamento mobile appartengano a mercati di prodotto distinti. Tuttavia, ai fini della presente decisione, non è necessario stabilire se i metodi attualmente esistenti di pagamento online appartengono allo stesso mercato dei metodi di pagamento mobile, dal

momento che l'operazione non ostacolerebbe in modo significativo un'effettiva concorrenza qualunque sia la definizione del mercato dei prodotti scelta.

- (17) La Commissione ritiene che i pagamenti mobili nel prossimo futuro continueranno probabilmente a coesistere con i metodi di pagamento non mobile, compresi quelli mediante carte di credito e di debito, sia abilitate che non abilitate alla tecnologia NFC. I consumatori vorranno infatti continuare a servirsi di diversi mezzi di pagamento e i fornitori di strumenti di pagamento e i venditori al dettaglio continueranno a fornire e accettare i mezzi di pagamento utilizzati dai clienti. Anche se questi mezzi di pagamento presentano caratteristiche che li distinguono dai pagamenti mobili, è probabile che vi sia un certo grado di sostituibilità, più segnatamente tra i pagamenti mobili e le carte di credito e di debito abilitate alla tecnologia NFC, che fa sì che i mezzi attualmente esistenti di pagamento offline possano esercitare una pressione concorrenziale sui fornitori al dettaglio di servizi per i pagamenti mobili. Ciò creerà a sua volta un vincolo concorrenziale indiretto per i fornitori all'ingrosso di piattaforme per i servizi di pagamento mobile. Tuttavia, ai fini della presente decisione, non è necessario stabilire se i metodi attualmente esistenti di pagamento offline appartengono allo stesso mercato di prodotti dei pagamenti mobili dal momento che l'operazione non ostacolerebbe in modo significativo un'effettiva concorrenza qualunque sia la definizione del mercato dei prodotti scelta.

- (18) Infine, la Commissione ritiene che i pagamenti mobili online e offline difficilmente possano far parte dello stesso mercato di prodotti, almeno per il momento. Se l'evoluzione a breve e medio termine non è completamente chiara⁽⁶⁾, ai fini della presente decisione, non è necessario stabilire se i metodi attualmente esistenti di pagamento mobili online e offline appartengono allo stesso mercato di prodotti dal momento che l'operazione non ostacolerebbe in modo significativo un'effettiva concorrenza qualunque sia la definizione del mercato dei prodotti scelta.

Mercato dei servizi pubblicitari

- (19) L'impresa comune svolgerebbe funzioni di intermediario per la vendita di spazi pubblicitari digitali: l'impresa offrirebbe agli inserzionisti, alle agenzie pubblicitarie e ad altri uno «sportello unico» per l'invio, in un'unica campagna, di coupon e offerte o messaggi per la promozione di marchi sui telefonini dei clienti di tutti i gestori di reti mobili (anche virtuali) partecipanti che hanno optato per questo servizio.

⁽⁶⁾ Ciò è in linea con il libro verde della Commissione «Verso un mercato europeo integrato dei pagamenti tramite carte, Internet e telefono mobile» secondo cui tra pagamenti elettronici e pagamenti mobili vi è una labile differenza, che in futuro potrebbe divenire ancor più labile. Si veda il punto 2.4 del libro verde al seguente indirizzo: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52011DC0941:EN:NOT>

(20) In particolare essa prevede di offrire i seguenti servizi:

- a) SMS push: l'impresa comune invierebbe SMS ai clienti dei gestori di reti mobili (anche virtuali) partecipanti che hanno scelto di ricevere offerte o messaggi di marketing;
- b) SMS «bulk» intelligenti: L'impresa comune invierebbe SMS ai clienti di un inserzionista che hanno optato per questo servizio con l'invio in sovrapposizione (overlay) di dati/caratteristiche aggiuntivi per potenziare l'efficacia della campagna. L'impresa comune fornirebbe, soltanto come attività ausiliaria, servizi standard di SMS bulk, cioè senza *overlay* intelligenti;
- c) offerte di tipo pull: l'impresa comune fornirebbe agli inserzionisti e alle agenzie pubblicitarie l'accesso a piattaforme come le applicazioni dei gestori di reti mobili (anche virtuali) o il portafoglio dell'impresa comune per collocare offerte o informazioni in un luogo che i consumatori sarebbero incoraggiati a visitare per reperire tali servizi piuttosto che inviare a questi ultimi offerte o informazioni via SMS/MMS push o annunci testuali;
- d) display advertising su beni dei gestori di reti mobili (anche virtuali): l'impresa comune fornirebbe agli inserzionisti una gamma di opzioni tra cui gli annunci testuali, *banner*, *pop-up* etc. su tutti i beni mobili di proprietà dei gestori di reti mobili (anche virtuali) partecipanti, vale a dire il portafoglio, i portali mobili e le applicazioni;
- e) coupon e buoni: l'impresa comune fornirebbe la capacità di emettere coupon e buoni mediante messaggistica e altri mezzi, utilizzarli online e in punti al dettaglio mediante il portafoglio dell'impresa comune o altre applicazioni su smartphone e monitorarne le fasi di utilizzazione, ove necessario.

(21) L'impresa comune non sarebbe attiva in altri tipi di pubblicità mobile (come per esempio, la fornitura di servizi di intermediazione per pubblicità collegata ai motori di ricerca) che pertanto non saranno esaminati nella presente decisione.

Il mercato dei servizi di intermediazione pubblicitaria mobile

- (22) Secondo le parti notificanti il mercato rilevante del prodotto per la valutazione della costituzione dell'impresa comune è il mercato per la fornitura di servizi di intermediazione per la pubblicità digitale nel Regno Unito in cui rientrano tutte le forme di pubblicità digitale (messaggi di marketing via email, SMS o notifiche push o pubblicità online collegata ai motori di ricerca e non), diffuse sia attraverso connessioni Internet fisse che attraverso dispositivi di comunicazione mobile (e naturalmente attraverso dispositivi intermedi come laptop e tablet).
- (23) Nella sua pratica precedente la Commissione ha distinto tra la fornitura di spazi pubblicitari online e offline⁽⁷⁾. La Commissione ha inoltre discusso la questione di sapere se

il mercato per la pubblicità online potesse essere suddiviso in servizi collegati o meno a motori di ricerca, ma alla fine ha lasciato la questione in sospeso dal momento che, qualunque fosse la definizione del mercato dei prodotti scelta, l'operazione non sollevava preoccupazioni sul piano della concorrenza⁽⁸⁾.

(24) Ai fini della presente decisione, non è necessario stabilire se la pubblicità mobile costituisca un mercato distinto rispetto a quello della pubblicità online (collegata a motori di ricerca o meno) o se sia parte di un mercato più vasto dal momento che è improbabile che l'operazione dia luogo ad ostacoli significativi ad una concorrenza effettiva qualunque sia la definizione del mercato dei prodotti scelta.

Messaggi di marketing mirato nell'ambito della pubblicità mobile

(25) Ai fini della presente decisione, non è necessario stabilire se la messaggistica di marketing mobile costituisca un mercato distinto rispetto a quello della pubblicità online (collegata a motori di ricerca o meno) o se sia parte di un mercato più vasto dal momento che è improbabile che l'operazione ostacoli in modo significativo un'effettiva concorrenza qualunque sia la definizione del mercato dei prodotti scelta.

Esistenza di due sottomercati distinti all'interno della messaggistica di marketing mirato

(26) La Commissione ha, inoltre, valutato se all'interno della messaggistica di marketing mirato, SMS push e SMS bulk intelligenti, da una parte, e notifiche push IP, dall'altra, costituissero mercati separati.

(27) Tuttavia, ai fini della presente decisione, non è necessario stabilire se tipi diversi di messaggi di marketing mirato su telefonino costituiscano mercati distinti o siano parte di un mercato più vasto dal momento che è improbabile che l'operazione ostacoli in modo significativo un'effettiva concorrenza qualunque sia la definizione del mercato dei prodotti scelta.

L'intermediazione della pubblicità mobile rispetto alle vendite dirette

(28) L'impresa comune sarà un intermediario per la messaggistica di marketing mirato, la pubblicità non collegata a motori di ricerca e altre forme di pubblicità su smartphone (come coupon e buoni).

(29) Sulla base di un'indagine di mercato la Commissione ha concluso che le vendite dirette di pubblicità su smartphone limitano considerevolmente la vendita tramite intermediari. In ogni caso, ai fini della presente decisione, non è necessario stabilire se vi siano mercati distinti per le vendite di pubblicità su telefonino con e senza intermediari o se queste facciano parte di un mercato più

⁽⁷⁾ Si veda la decisione della Commissione dell'11 marzo 2008 nel caso COMP/M.4731 — *Google/DoubleClick*.

⁽⁸⁾ Cfr. nota 7.

vasto, dal momento che è improbabile che l'operazione ostacoli in modo significativo un'effettiva concorrenza qualunque sia la definizione del mercato dei prodotti scelta.

Conclusione generale

- (30) Sulla base di quanto precede si può concludere che, per quanto riguarda le attività pubblicitarie dell'impresa comune, non occorre pervenire a una definizione precisa del mercato dei prodotti dal momento che l'operazione non ostacolerebbe in modo significativo un'effettiva concorrenza qualunque sia la definizione del mercato dei prodotti scelta.

Il mercato per i servizi di SMS bulk al dettaglio e all'ingrosso

- (31) Gli SMS bulk al dettaglio sono un servizio che permette alle imprese (come i dettaglianti o gli istituti finanziari) di inviare volumi consistenti di messaggi di testo ai loro clienti (a condizione che essi abbiano accettato di ricevere tali messaggi sui loro telefonini). Può essere usato per inviare messaggi di marketing ma è generalmente utilizzato per comunicazioni di carattere generale ai clienti. Per esempio, una banca può servirsi di un servizio di SMS bulk al dettaglio per inviare ai propri clienti mini estratti bancari o messaggi di allerta in relazione a frodi.
- (32) Il recapito di messaggi via SMS ai destinatari richiede una connettività a una o più reti mobili e il trasferimento materiale di tali messaggi agli abbonati di telefonia mobile destinatari. Tale servizio viene comunemente definito come fornitura di SMS bulk all'ingrosso. Il servizio consiste in due fasi principali: prima di tutto, il trasferimento del messaggio dal mittente (l'impresa comune o un aggregatore) alla rete mobile a cui il destinatario è abbonato (*home network*, la rete preferita) e, in secondo luogo, il trasferimento dalla rete preferita al telefonino del destinatario.
- (33) Le parti notificanti ritengono che il mercato per i servizi di SMS bulk al dettaglio e quello per i servizi di consegna di SMS bulk all'ingrosso siano due mercati distinti e che quest'ultimo sia un fattore di produzione a monte dei servizi di messaggi di marketing dell'impresa comune.
- (34) Dall'indagine di mercato risulta che i servizi di SMS bulk al dettaglio costituiscono un mercato distinto rispetto a quello dei messaggi di marketing attivi. Il primo è a valle dell'eventuale mercato per la fornitura all'ingrosso di servizi di SMS bulk. Tuttavia, ai fini della presente decisione, non è necessario definire con precisione il mercato dal momento che l'operazione non dovrebbe ostacolare in modo significativo un'effettiva concorrenza qualunque sia la definizione del mercato dei prodotti scelta.

Il mercato dei servizi di analisi dei dati

- (35) Oltre ai servizi di transazione e ai servizi pubblicitari, l'impresa comune offrirà servizi di analisi dei dati ai suoi clienti. Le parti notificanti non prevedono che l'im-

presa comune offra servizi di analisi dei dati come prodotti a sé stanti. L'impresa comune intende raccogliere ed analizzare i dati generati sia dai servizi di transazione che di pubblicità al fine di fornire ai propri clienti informazioni utili sul comportamento dei consumatori. Le attività di analisi dei dati dell'impresa comune si articoleranno in tre parti: relazioni di analisi; analisi dello sviluppo delle imprese; analisi della fidelizzazione.

- (36) Secondo le parti notificanti, l'impresa comune sarebbe attiva nel mercato per la fornitura di servizi di analisi dei dati in relazione a servizi di transazione e di pubblicità online e offline. Esse non ritengono che sia necessario segmentare il mercato complessivo per la fornitura di servizi di analisi dei dati in relazione al caso in esame.
- (37) Nel contesto dell'operazione in esame, la Commissione ha valutato se il mercato di prodotto della fornitura di servizi di analisi dei dati per la pubblicità su smartphone debba essere considerato un mercato distinto.
- (38) Inoltre, la Commissione ha valutato se all'interno del contesto della telefonia mobile vi siano mercati distinti per i servizi di ricerche di mercato (finalizzati a valutare e capire i comportamenti d'acquisto dei consumatori) e i servizi di informazioni sul mercato (finalizzati alla fornitura di dati su consumatori individuali come l'età, i gruppi sociali, le attività, l'indirizzo etc. a fine di direct marketing).
- (39) In ogni caso, ai fini della presente decisione, non è necessario definire con precisione il mercato di prodotto dal momento che l'operazione non ostacolerebbe in modo significativo un'effettiva concorrenza qualunque sia la definizione del mercato dei prodotti scelta.

Il mercato dei servizi di telefonia mobile al dettaglio

- (40) Su questo mercato i gestori delle reti mobili vendono chiamate vocali, SMS (e MMS), Internet mobile con servizi di trasmissione dati e accesso ai contenuti mediante rete di telefonia mobile ai consumatori finali.
- (41) Nelle decisioni precedenti⁽⁹⁾, la Commissione non ha ulteriormente suddiviso il mercato per la fornitura di servizi di comunicazione mobili ai clienti finali sulla base del tipo di cliente (associazioni o privati, abbonati al consumo o clienti con pagamento anticipato) o del tipo di tecnologia di rete (2G/GSM o 3G/UMTS). La

⁽⁹⁾ Si veda la decisione della Commissione del 1° marzo 2012 nel caso COMP/M.5650 — *T-Mobile/Orange*, punto 24; la decisione della Commissione del 27 novembre 2007 nel caso COMP/M.4947 — *Vodafone/Tele2 Italy/Tele2 Spain*, punto 14; la decisione della Commissione del 26 aprile 2006 nel caso COMP/M.3916 — *T-Mobile Austria/Tele ring*, punto 18; la decisione della Commissione del 24 settembre 2004 nel caso COMP/M.3530 — *TeliaSonera/Orange*, punto 13; la decisione della Commissione del 16 settembre 2003 nel caso COMP/M.3245 — *Vodafone/Singlepoint*, punto 12.

Commissione ha pertanto valutato i casi precedenti sulla base di un mercato unico per la fornitura di servizi di telecomunicazioni mobili ai clienti finali.

- (42) Ai fini della presente decisione, non è necessario stabilire se vi siano o meno sottomercati di prodotto separati per quanto riguarda i servizi di telecomunicazioni mobili ai clienti finali dal momento che l'operazione non ostacolerebbe in modo significativo un'effettiva concorrenza qualunque sia la definizione del mercato dei prodotti scelta.

3.2. Mercati geografici rilevanti

Mercato per la fornitura all'ingrosso di piattaforme per i servizi di pagamento mobile

- (43) Le parti notificanti ritengono che il mercato geografico rilevante per la fornitura all'ingrosso di piattaforme per i servizi di pagamento mobile abbia una portata almeno nazionale e comprenda tutto il Regno Unito.
- (44) Sulla base dell'indagine di mercato la Commissione ritiene che, nel caso in esame, la portata geografica della fornitura all'ingrosso di piattaforme per i servizi di pagamento mobile abbia una portata almeno nazionale ma eventualmente anche più ampia. Tuttavia, non occorre precisare se la portata geografica del mercato per la fornitura all'ingrosso di piattaforme per i servizi di pagamento mobile sia più ampia di quella nazionale dal momento che l'operazione non ostacolerebbe in modo significativo un'effettiva concorrenza qualunque sia la definizione di mercato geografico rilevante scelta.

Mercato della conservazione sicura

- (45) Le parti notificanti non hanno preso in considerazione un mercato per la conservazione sicura o la sua portata geografica.
- (46) La fornitura di conservazione su secure element (SE) nella carta SIM appare strettamente connessa alla fornitura di servizi al dettaglio di telefonia mobile, mercati che la Commissione nelle sue precedenti decisioni ha ritenuto di portata geografica nazionale⁽¹⁰⁾.
- (47) D'altro canto, la fornitura di conservazione sicura su SE integrati ha presumibilmente una portata geografica più estesa dal momento che chi emette gli SE integrati, segnatamente gli OEM (original equipment manufacturers = produttori di apparecchiature originali, cioè i produttori dei telefonini) e i produttori di sistemi operativi, ed even-

tualmente chi fornisce SE esterni e conservazione sicura su cloud, sono attivi su base mondiale. Pertanto, essi possono stipulare contratti con fornitori al dettaglio di servizi di portafoglio mobili o con fornitori all'ingrosso di piattaforme per i servizi di pagamento mobile per la fornitura di conservazione sicura su una base più ampia di quella nazionale.

- (48) La Commissione ritiene che nel caso in esame il mercato per la fornitura della conservazione sicura abbia presumibilmente una portata geografica almeno nazionale (Regno Unito). Tuttavia, ai fini di questa operazione, non è necessario definire l'esatto mercato geografico per un possibile mercato della conservazione sicura dal momento che l'operazione proposta non ostacolerebbe in modo significativo un'effettiva concorrenza qualunque sia la definizione di mercato geografico rilevante scelta.

Mercato per la distribuzione al dettaglio di servizi di portafoglio mobile ai clienti

- (49) Le parti notificanti ritengono che la portata geografica del mercato per la distribuzione al dettaglio di servizi di portafoglio mobile ai clienti sia almeno nazionale. Le parti notificanti non prevedono di offrire attivamente portafogli mobili a consumatori non del Regno Unito in considerazione del fatto che le carte di pagamento e i servizi che saranno offerti mediante i portafogli mobili saranno collegati a fornitori di servizi nel Regno Unito.
- (50) Tuttavia le parti notificanti si attendono che i concorrenti, come Google e PayPal, offrano tali servizi ai consumatori in diversi paesi⁽¹¹⁾ e siano quindi attivi a livello mondiale. Ritengono che, se non vi sono elementi per individuare mercati regionali o locali, non sia necessario stabilire se il mercato per la distribuzione al dettaglio di servizi di portafoglio mobile ai clienti sia più ampio di quello nazionale.
- (51) Sulla base dell'indagine di mercato la Commissione ritiene che, nel caso in esame, il mercato della distribuzione al dettaglio di servizi di portafoglio mobile abbia una portata geografica almeno nazionale (Regno Unito) ma eventualmente anche più ampia. Tuttavia, ai fini di questa operazione, non è necessario definire l'esatto mercato geografico per il mercato della distribuzione al dettaglio di servizi di portafoglio mobile ai clienti dal momento che l'operazione proposta non ostacolerebbe in modo significativo un'effettiva concorrenza qualunque sia la definizione del mercato geografico rilevante scelta.

⁽¹⁰⁾ Si veda la decisione della Commissione del 24 settembre 2004, nel caso COMP/M.3530 — *TeliaSonera/Orange A.S.*, punto 16 e la decisione della Commissione del 24 ottobre 2005, nel caso COMP/M.3920 — *France Telecom/Amena*, punto 20.

⁽¹¹⁾ Inoltre, le parti notificanti aspirano a ottenere che il portafoglio mobile dell'impresa comune sia interoperabile con le diverse iniziative analoghe negli Stati membri dell'UE permettendo agli utenti di utilizzare il loro portafoglio mobile quando viaggiano nell'Unione europea (ed eventualmente altrove).

Mercato dei servizi pubblicitari

- (52) Per quanto riguarda i servizi pubblicitari forniti dall'impresa comune (ed eventuali sottomercati) le parti notificanti ritengono che la definizione del mercato geografico sia almeno il Regno Unito se non più estesa.
- (53) Sulla base dell'indagine di mercato, la Commissione conclude che il mercato geografico dei servizi pubblicitari e i suoi eventuali sottomercati sembrano avere una portata geografica nazionale (Regno Unito). Tuttavia, ai fini della presente decisione, non è necessario definire con precisione il mercato geografico dal momento che l'operazione non ostacolerebbe in modo significativo un'effettiva concorrenza qualunque sia la definizione di mercato geografico adottata.

Mercato per i servizi di SMS bulk al dettaglio e all'ingrosso

- (54) Le parti notificanti ritengono che la portata geografica del mercato per i servizi di SMS bulk al dettaglio sia almeno nazionale e comprenda tutto il Regno Unito.
- (55) La portata geografica dell'(eventuale) mercato per i servizi di SMS bulk al dettaglio sembra essere nazionale (Regno Unito) o anche più estesa; l'(eventuale) mercato per i servizi di SMS bulk all'ingrosso sembra essere più ampio di quello nazionale.
- (56) Per quanto riguarda il mercato per i servizi di SMS bulk sia al dettaglio che all'ingrosso, nel caso in esame non è necessario definire con precisione il mercato geografico dal momento che l'operazione non ostacolerebbe in modo significativo un'effettiva concorrenza qualunque sia la definizione di mercato geografico scelta.

Mercato dei servizi di analisi dei dati

- (57) Le parti notificanti ritengono che la portata geografica del mercato per i servizi di analisi dei dati (e i suoi sottomercati rilevanti) sia almeno nazionale e comprenda tutto il Regno Unito.
- (58) Ai fini della presente decisione, non è necessario definire con precisione il mercato geografico dal momento che l'operazione non ostacolerebbe in modo significativo un'effettiva concorrenza qualunque sia la definizione di mercato geografico adottata.

Mercato dei servizi di telefonia mobile al dettaglio

- (59) Nelle decisioni precedenti⁽¹²⁾ la Commissione ha ritenuto che il mercato geografico rilevante per i servizi di telecomunicazione mobile ai clienti finali (e i suoi eventuali sottomercati) fosse di portata nazionale. La decisione si basa sul fatto che le tariffe mobili sono operate su base

nazionale e che anche la regolamentazione (in materia di assegnazione delle frequenze, numeri e terminazione delle chiamate mobili) è stabilita su base nazionale.

- (60) La Commissione conclude, coerentemente con le proprie decisioni precedenti, che il mercato geografico è limitato al Regno Unito.

IV. VALUTAZIONE SOTTO IL PROFILO DELLA CONCORRENZA**4.1. Introduzione**

- (61) Ai sensi dell'articolo 2, paragrafi 2 e 3, del regolamento sulle concentrazioni, la Commissione deve valutare che le concentrazioni proposte non ostacolano in modo significativo una concorrenza effettiva nel mercato interno o in una parte sostanziale di esso⁽¹³⁾. A tal fine la Commissione ha valutato tutti i mercati connessi con l'operazione.
- (62) Per quanto riguarda i servizi di transazione mobile, i mercati rilevanti ai fini della valutazione dell'operazione sono il mercato a monte per la fornitura all'ingrosso di servizi di piattaforma di pagamento mobile, il mercato per l'accesso alla conservazione sicura, il mercato a valle per la distribuzione al dettaglio di portafogli mobili ai clienti e il mercato per i servizi di telefonia mobile al dettaglio. Tutti questi mercati hanno una portata geografica che è almeno pari al Regno Unito e può essere maggiore⁽¹⁴⁾.
- (63) Per quanto riguarda i servizi pubblicitari dell'impresa comune, i mercati rilevanti per la valutazione dell'operazione sotto il profilo della concorrenza sono i mercati dei servizi di intermediazione pubblicitaria mobile e i loro eventuali sottomercati nonché quelli dei servizi di SMS bulk al dettaglio e all'ingrosso. Inoltre, anche il mercato per i servizi di analisi dei dati, con i suoi eventuali sottomercati, è rilevante ai fini della valutazione del presente caso.
- (64) Nell'esaminare il mercato, la Commissione ha valutato soprattutto se l'operazione potrebbe arrecare pregiudizio alla concorrenza per via di eventuali strategie di preclusione, in particolare in considerazione della posizione molto forte che le parti notificanti detengono insieme sul mercato al dettaglio della telefonia mobile nel Regno Unito. Nella presente sezione, quindi, saranno valutati dapprima i possibili effetti non orizzontali dell'operazione sui mercati di portafogli mobili e SMS bulk e successivamente i possibili effetti orizzontali dell'operazione sui mercati per la fornitura all'ingrosso di servizi di piattaforma di pagamento mobile e sui mercati dei servizi pubblicitari mobili e della fornitura di analisi di dati.

⁽¹²⁾ Si veda la decisione della Commissione del 1° marzo 2012 nel caso COMP/M.5650 — *T-Mobile/Orange*, punto 25; la decisione della Commissione del 20 agosto 2007, nel caso COMP/M.4748 — *T-Mobile/Orange Netherlands*, punto 16 e la decisione della Commissione del 26 aprile 2006, nel caso COMP/M.3916 — *T-Mobile Austria/Telering*, punto 19.

⁽¹³⁾ Si veda il regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio, del 20 gennaio 2004, relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese (GU L 24 del 29.1.2004, pag. 1).

⁽¹⁴⁾ La valutazione della situazione della concorrenza viene effettuata su un mercato costituito da tutto il Regno Unito. Su qualsiasi mercato più esteso, si perverrebbe a conclusioni analoghe circa l'assenza di probabili ostacoli significativi a una concorrenza efficace.

(65) Per la valutazione dei possibili effetti orizzontali dell'operazione la Commissione ha esaminato la situazione in assenza dell'operazione. Sulla base dei risultati dell'indagine di mercato, la Commissione ritiene che le parti notificanti sarebbero (e in una certa misura sono già) in grado di offrire servizi di m-commerce senza l'impresa comune⁽¹⁵⁾. Tuttavia, ai fini della presente decisione, non è necessario giungere ad una conclusione su questo punto dal momento che l'operazione non ostacolerebbe in modo significativo un'effettiva concorrenza in qualsiasi scenario.

4.2. Effetti non orizzontali — effetti verticali

Introduzione

(66) Nella presente decisione la Commissione accerta se le parti notificanti possano fare uso della loro posizione collettivamente forte sul mercato dei servizi di telefonia mobile al dettaglio (e nei loro eventuali sottomercati) per precludere in maniera significativa ad altri potenziali operatori nel mercato per la fornitura all'ingrosso di servizi di piattaforma di pagamento mobile la possibilità di offrire servizi concorrenti di piattaforma di pagamento mobile. Conformemente agli orientamenti sulle concentrazioni non orizzontali, sono possibili due tipi di preclusione: preclusione a livello dei fattori di produzione e preclusione a livello della clientela⁽¹⁶⁾. Nel caso in esame la Commissione valuta le probabilità che vi possa essere una strategia di preclusione attuata sul piano tecnico o commerciale dell'accesso a fattori di produzione essenziali per la fornitura dei prodotti di portafoglio mobile offerti ai consumatori finali; tali fattori di produzione essenziali sono gli SE e la collocazione di applicazioni su uno smartphone che permetta il funzionamento del portafoglio mobile. Tale preclusione dei fattori di produzione potrebbe pregiudicare o deteriorare le condizioni della concorrenza sul mercato per la fornitura all'ingrosso di servizi di piattaforma di pagamento mobile (per esempio, portando a prezzi più elevati per i fornitori di servizi) e avrebbe inoltre un impatto sulle condizioni della concorrenza sul mercato a valle per la distribuzione al dettaglio di portafogli mobili. Pertanto, la Commissione cerca di stabilire se le parti notificanti siano capaci di attuare tale preclusione dei fattori di produzione e quali incentivi possano avere per farlo.

(67) In particolare, la Commissione ha esaminato se le parti notificanti:

- a) dispongano delle capacità tecniche necessarie per precludere in maniera significativa l'accesso ai fornitori concorrenti di portafogli mobili in vari modi;
- b) abbiano la capacità di precludere l'accesso ai fornitori concorrenti di portafogli mobili in vari modi e gli incentivi per farlo.

⁽¹⁵⁾ Si vedano, ad esempio, le risposte ai questionari Q1 e Q2 del 7 marzo 2012, domande 64 e 65.

⁽¹⁶⁾ Si vedano gli Orientamenti relativi alla valutazione delle concentrazioni non orizzontali a norma del regolamento del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese (2008/C 265/07), punto 31 per la definizione di preclusione a livello dei fattori di produzione.

Valutazione della preclusione sul piano tecnico

(68) Per quanto riguarda la capacità tecnica per precludere in maniera significativa l'accesso ai fornitori concorrenti di portafogli mobili, occorre prima di tutto far presente che la maggioranza delle persone interpellate nel corso dell'indagine di mercato ha espresso il parere che le parti notificanti non disponevano delle capacità tecniche per impedire ai loro concorrenti⁽¹⁷⁾ o per limitare la loro capacità di offrire servizi di portafoglio mobile senza passare per l'impresa comune⁽¹⁸⁾. Va inoltre notato che le parti notificanti dichiarano che l'impresa comune fornirà agli altri gestori di reti mobili e di reti mobili virtuali l'accesso a condizioni non discriminatorie⁽¹⁹⁾. In particolare, tutti i dettagli tecnici saranno sviluppati dall'impresa comune conformemente agli standard del settore e trasmessi agli utenti del servizio e ai potenziali utenti del servizio a condizioni non discriminatorie⁽²⁰⁾.

(69) L'accesso ad un SE sembra fondamentale per il funzionamento dei portafogli mobili. Sebbene, in linea di principio, sia possibile che le operazioni eseguite da uno smartphone siano completate mediante il ricorso a soluzioni sicure basate su *software* che prevedono la conservazione delle credenziali di pagamento su *cloud*, al momento attuale tali soluzioni sono ritenute meno sicure o troppo lente per essere usate sui terminali POS dal momento che richiedono l'inserimento di un nome utente e di una *password*. Tali soluzioni sembrano valide a medio e lungo termine⁽²¹⁾.

(70) Pertanto, la Commissione ritiene che attualmente il modo più praticabile per fornire un portafoglio mobile ai clienti sia l'utilizzo di un SE su base SIM o, in alternativa, di un SE integrato.

(71) Pertanto, la Commissione valuta prima di tutto se le parti notificanti sarebbero in grado di precludere in maniera significativa ai concorrenti la possibilità di offrire ai clienti un portafoglio mobile competitivo nei confronti di quello offerto mediante l'impresa comune rifiutando l'accesso al SE che si trova nella carta SIM.

(72) In secondo luogo, partendo dall'ipotesi che venga negato l'accesso all'SE basato su SIM, la Commissione valuta se i concorrenti potrebbero comunque offrire i loro portafogli mobili accedendo a SE alternativi integrati nell'*hardware* dei telefonini cellulari oppure se le parti notificanti sarebbero in grado anche di precludere in maniera significativa la possibilità per i concorrenti di offrire ai clienti un portafoglio mobile competitivo nei confronti di quello offerto mediante l'impresa comune rifiutando l'accesso a questi alternativi SE integrati.

⁽¹⁷⁾ Per esempio, i gestori di reti mobili (anche virtuali), Google Wallet, Paypal o altri fornitori di portafogli mobili.

⁽¹⁸⁾ Risposte al questionario Q3 del 7 marzo 2012, domanda n. 7.

⁽¹⁹⁾ Si veda la risposta delle parti notificanti alla richiesta della Commissione di fornire informazioni del 13 settembre 2011, domanda n. 6.

⁽²⁰⁾ Si veda il modulo CO, punti 994 e 995.

⁽²¹⁾ I servizi basati su *software* o su *cloud* possono essere utilizzati anche per conservare credenziali di pagamento. Si tratta di una tecnologia nuova e in via di sviluppo e non è ancora chiaro come potrebbe essere utilizzata nel mercato di massa. Tuttavia, essa fornisce una potenziale alternativa alla prestazione di servizi da parte degli MNO.

(73) La Commissione osserva comunque che si tratta di un mercato nascente e in continua evoluzione e che, se in futuro dovessero pervenire sul mercato nuove tecnologie basate su *software*, SE basati su *cloud*, micro SD, adesivi o custodie protettive NFC o altre soluzioni alternative, come si può prevedere sulla base dell'evoluzione tecnologica, tali tecnologie comporterebbero un incremento della concorrenza e di conseguenza pressioni concorrenziali sull'impresa comune e le parti notificanti.

Capacità tecnica di precludere in maniera significativa l'accesso dei fornitori concorrenti di portafogli mobili agli SE basati su SIM

(74) La Commissione conclude che le parti notificanti disporrebbero delle capacità tecniche per precludere in maniera significativa l'accesso a SE in carte SIM ai fornitori concorrenti di portafogli mobili per i contratti di telefonia mobile al dettaglio che sottoscrivono con i loro clienti (in cui forniscono la carta SIM al cliente) nel Regno Unito. Tale conclusione non sarebbe diversa se il mercato geografico fosse più esteso del Regno Unito, dal momento che le parti notificanti offrono per lo più i loro contratti di telefonia mobile al dettaglio ai clienti residenti nel Regno Unito.

Capacità tecnica di bloccare/pregiudicare il funzionamento dei portafogli mobili con SE alternativi

(75) Il problema dell'accesso agli SE in carte SIM potrebbe in linea di massima essere aggirato dai fornitori concorrenti di portafogli mobili se essi potessero accedere ad altri SE collocati nei telefonini cellulari in un punto diverso dalla carta SIM delle parti notificanti.

(76) Gli SE possono essere integrati sia nell'*hardware* dello smartphone [una soluzione proposta da alcuni OEM ⁽²²⁾ che commercializzano telefonini cellulari nel Regno Unito] o inseriti in un dispositivo esterno da applicare sullo smartphone. Ad esempio, Visa offre già una soluzione di pagamento mobile mediante SE nel Regno Unito.

(77) Tali alternative hanno molte probabilità di essere utilizzate da concorrenti che offrono servizi di transazione e ciò apre la strada ai concorrenti che propongono i loro prodotti ai clienti che si servono di SE integrati come Google Wallet.

(78) Dal momento che l'alternativa più probabile agli SE su carte SIM sarebbero gli SE integrati, la Commissione incentra la sua valutazione sulla capacità tecnica delle parti notificanti di pregiudicare la funzionalità dei portafogli

mobili concorrenti che richiederebbero l'uso di SE integrati. Tale danneggiamento potrebbe assumere diverse forme che vengono qui di seguito esaminate.

Capacità tecnica di bloccare/pregiudicare un'applicazione di portafoglio mobile concorrente che necessiti di un SE integrato impedendone il download, l'installazione e/o l'aggiornamento su uno smartphone che funzioni sulle reti delle parti notificanti

(79) La Commissione ha valutato se le parti notificanti siano in grado dal punto di vista tecnico di fare in modo che i consumatori non possano scaricare o utilizzare le applicazioni necessarie per il portafoglio mobile. Le parti notificanti dichiarano che non è tecnicamente possibile per un gestore di reti mobili bloccare o pregiudicare il download, l'installazione o l'aggiornamento di un'applicazione di portafoglio mobile (concorrente) ⁽²³⁾.

(80) Nel corso dell'indagine di mercato, la Commissione ha stabilito stretti contatti con l'autorità nazionale di regolamentazione delle telecomunicazioni del Regno Unito (Ofcom), un organo indipendente di comprovata esperienza tecnica. Ofcom ha valutato nel dettaglio la comunicazione delle parti notificanti sulla preclusione tecnica giungendo alla conclusione che le affermazioni delle parti notificanti sono ragionevoli nella situazione attuale per quanto riguarda la tecnologia e l'applicazione dei servizi di portafoglio mobile.

(81) In merito alla possibilità tecnica per i gestori di reti mobili di impedire il download di una applicazione relativa a un portafoglio mobile concorrente senza bloccare l'accesso all'intero app store, due gestori di reti mobili che non fanno parte dell'impresa comune ne hanno confermato l'impossibilità.

(82) Inoltre, per quanto riguarda la possibilità tecnica dei gestori di reti mobili di impedire che un consumatore si serva della sua connessione 3G o Wi-Fi per scaricare applicazioni (per esempio da Paypal) da app store come Google Play o iTunes, diversi interpellati ne hanno negato la fattibilità.

(83) Un tentativo delle parti notificanti di bloccare i siti Internet o le applicazioni per ragioni diverse dalla gestione del traffico o del blocco di contenuti illegali sarebbe probabilmente scoperto dai consumatori, dai proprietari di questi siti e da Ofcom e ciò si ripercuoterebbe in maniera negativa sulle parti notificanti. La Commissione ritiene che ciò si applichi probabilmente anche alle altre strategie di preclusione tecnica che vengono valutate nella presente decisione.

⁽²²⁾ Per esempio, RIM con i modelli Blackberry Curve 9360, Bold 9900, Bold 9790 e 9860, HTC con i modelli One X e Desire C, Samsung con Galaxy Nexus e Galaxy SIII e Sony Ericsson con Xperia S, tutti modelli che possono supportare una duplice architettura di SE (SE integrati e SE su base SIM) e Samsung con il suo modello Galaxy note che può supportare solo SE integrati.

⁽²³⁾ Risposta delle parti notificanti alla richiesta di informazioni della Commissione del 24 aprile 2012, domanda n. 14 e Documento tecnico dell'8 maggio 2012 presentato da [...] per conto delle parti notificanti, pagg. 21 e 22.

- (84) Sulla base di quanto precede, è estremamente probabile che le parti notificanti non possiedano la capacità tecnica di bloccare o pregiudicare un'applicazione di portafoglio mobile concorrente impedendone il download, l'installazione o l'aggiornamento su uno smartphone che funzioni sulla rete delle parti notificanti.

Capacità tecnica di bloccare/pregiudicare la funzionalità o di disattivare un SE integrato dopo la sua installazione

- (85) Le parti notificanti dichiarano che sono gli OEM a emettere gli SE integrati e a controllare l'accesso di essi, dal momento che gli OEM saranno titolari dei diritti di gestione del contenuto. Le parti notificanti non possono bloccare l'accesso o pregiudicare la funzionalità degli SE integrati perché non hanno le chiavi sintetiche (technical keys) necessarie per entrare negli SE integrati. Non possono modificare o stabilire i diritti di accesso ai SE integrati.

- (86) Sulla base principalmente della relazione di Ofcom⁽²⁴⁾, la Commissione ritiene che i gestori di reti mobili non siano «proprietari» di SE non basati su carte SIM e, pertanto, l'attivazione e il controllo di tali SE non sarebbe sotto il loro controllo (anche se l'attivazione di alcuni aspetti può dipendere del tutto o in parte dai servizi di accesso come le connessioni mobili a banda larga che i gestori delle reti mobili possono fornire ad alcuni clienti). Se l'accesso alla connessione a banda larga dei gestori di reti mobili può essere inizialmente utilizzato per attivare un SE integrato, vi sono possibilità alternative di attivazione mediante una connessione USB o Wi-Fi. Pertanto, se un gestore di rete mobile vuole precludere l'accesso può farlo relativamente alla connessione a banda larga che esso offre (nel senso che ciò è fattibile dal punto di vista tecnico), ma sarebbe poco fattibile, invece, impedire l'utilizzazione di altri servizi (per esempio USB o Wi-Fi)⁽²⁵⁾.

- (87) Sulla base dell'indagine di mercato risulta molto probabile che le parti notificanti non abbiano la capacità tecnica di bloccare o pregiudicare la funzionalità o di disattivare un SE integrato dopo la sua installazione.

Capacità tecnica di subordinare il funzionamento di un portafoglio mobile concorrente in modo tale che venga data automaticamente la preferenza al portafoglio mobile con l'SE basato nella carta SIM/delle parti notificanti

- (88) Le parti notificanti dichiarano che è possibile avere sullo stesso smartphone un SE nella carta SIM e un SE integrato in funzione. Inoltre è tecnicamente possibile avere un SE nella carta SIM e un SE integrato attivi in contemporanea, ovvero che funzionino in modo che il lettore senza contatto («contactless reader») possa ricorrere ad uno qualsiasi dei due. Inoltre, i gestori di reti mobili

non dispongono della capacità tecnica necessaria per subordinare il funzionamento di un portafoglio mobile concorrente in modo tale che venga data automaticamente la preferenza al SE su carta SIM o al portafoglio mobile della piattaforma dell'impresa comune.

- (89) Sulla base dell'indagine di mercato e delle comunicazioni di Ofcom, la Commissione ritiene che la decisione in merito alla selezione automatica di un SE (default) spetterà in ultima analisi al cliente.

- (90) La Commissione riconosce che possono esservi vantaggi legati al fatto che un portafoglio mobile sia preselezionato come portafoglio mobile automatico (default) nelle impostazioni dello smartphone. Tuttavia, essa ritiene che per quanto riguarda le applicazioni che permettono di effettuare pagamenti nei negozi o online, che possono essere considerate applicazioni importanti per i consumatori, in termini di percezione di sicurezza, benefici etc., sarà probabilmente il consumatore a scegliere l'applicazione di pagamento con la quale provvedere al pagamento delle proprie merci e servizi.

- (91) Pertanto, si può concludere che nel caso di uno smartphone dotato di un SE nella carta SIM e di un SE integrato, è il produttore del sistema operativo e non l'OEM che provvederà ad effettuare la configurazione iniziale dei parametri di preferenza e che, in ultima analisi, sarà il consumatore a configurarli nel modo che desidera.

La creazione di standard e specifiche de facto che porterebbero all'esclusione dei fornitori di portafogli mobili concorrenti

- (92) Le parti notificanti dichiarano che non è previsto che l'impresa comune stabilisca nuovi standard. Essa utilizzerà, invece, gli standard preesistenti, aperti a tutti, per la creazione della propria piattaforma di pagamento mobile.

- (93) La Commissione ha valutato se le parti notificanti siano in grado di creare standard e specifiche de facto a cui potrebbero precludere l'accesso ai fornitori di servizi di piattaforma di portafogli mobili concorrenti, impedendo loro così di offrire portafogli mobili concorrenti.

- (94) I risultati dell'indagine di mercato per quanto riguarda la questione di sapere se esistano già standard e specifiche che governano l'interoperabilità tra SE basati su carta SIM e applicazioni di portafoglio mobile non sono stati conclusivi. La Commissione ritiene che ciò possa dipendere dalla natura di tali tecnologie nascenti che sono in continua evoluzione.

- (95) Inoltre, per quanto riguarda la possibilità che i clienti paghino, riscuotano coupon e utilizzino punti di fedeltà

⁽²⁴⁾ Relazione di Ofcom del 31 maggio 2012, punto 2.4.4.

⁽²⁵⁾ Si vedano segnatamente il rendiconto di una conferenza telefonica con Ofcom del 6 giugno 2012.

contemporaneamente mediante i loro smartphone (soluzione «un solo clic»), la Commissione ha concluso che non esistono specifiche standard e che è probabile che le parti notificanti debbano crearne di proprie⁽²⁶⁾ o ricorrere a standard e specifiche sviluppati da altre parti del mercato come Google o VeriFone⁽²⁷⁾.

(96) Tuttavia, Google ha elaborato, al fine di far funzionare Google Wallet, anche specifiche proprietarie per permettere di effettuare contemporaneamente operazioni di pagamento, utilizzazione di coupon e punti di fedeltà e i produttori di terminali PoS sostengono che tali specifiche proprietarie potrebbero coesistere su un terminale PoS per permettere il funzionamento di diversi portafogli mobili⁽²⁸⁾.

(97) Nel maggio 2010 è stato inaugurato in Francia il progetto Cityzi per l'interoperabilità dei servizi commerciali che combina sistemi di biglietteria per i mezzi di trasporto, pagamenti mobili sicuri, alcuni progetti al dettaglio e altri servizi turistici su smartphone. Più di un milione di smartphone dotati di tecnologia NFC utilizza attualmente questo servizio. Durante la sperimentazione è risultato che gli attuali standard e specifiche di GlobalPlatform per le connessioni tra TSM e la gestione degli SE non erano abbastanza chiari, per esempio nel caso delle carte di fedeltà. Pertanto, l'Association Française Sans Contact Mobile ha creato nuovi standard e specifiche per risolvere

il problema⁽²⁹⁾. che ora vengono discussi ai fini della loro approvazione da GlobalPlatform e sono inseriti anche nel progetto *Fast track* di GSMA.

(98) Sulla base di quanto precede, si può concludere che è altamente probabile che le parti notificanti non siano in condizione di creare nuovi standard e specifiche de facto che le altre parti sul mercato non possano utilizzare precludendo in maniera significativa l'accesso ai fornitori di servizi di portafogli mobili concorrenti.

Valutazione della preclusione commerciale

Introduzione

(99) Ai fini della decisione la Commissione intende per «preclusione commerciale» una strategia che consiste nella capacità e negli incentivi di cui dispongono le parti notificanti per precludere in maniera significativa l'accesso al mercato ai fornitori di portafogli mobili loro concorrenti mediante mezzi commerciali anziché tecnici. La preclusione commerciale pertanto viene attuata principalmente in forma indiretta⁽³⁰⁾ per esempio negoziando con terzi come gli OEM al fine di indurli ad adottare misure commerciali che possano bloccare o ostacolare i fornitori di portafogli mobili rivali o incentivando terze parti come venditori indipendenti al dettaglio a commercializzare smartphone con integrati portafogli mobili dell'impresa comune a danno di smartphone che includono portafogli mobili concorrenti.

(100) La Commissione ha valutato se una delle parti notificanti potrebbe essere in grado di attuare una preclusione commerciale da sola, senza tener conto delle strategie delle altre parti notificanti, oppure se nell'ambito di un potenziale scenario di preclusione le parti notificanti potrebbero cercare di attuare una strategia comune (o collettiva) di preclusione.

(101) Per capire se le parti notificanti avrebbero la capacità commerciale di precludere in maniera significativa l'accesso al mercato ai fornitori di portafogli mobili concorrenti, la Commissione ha esaminato la catena di approvvigionamento nel settore mobile. I principali partecipanti a tale catena sono:

a) gli OEM responsabili delle specifiche di *hardware* e *software* degli smartphone forniti ai dettaglianti;

⁽²⁶⁾ First Data ha dichiarato che i terminali POS non sono ancora attrezzati con standard e specifiche per il trattamento delle operazioni diverse dai pagamenti come la riscossione di buoni e la concessione di punti di fedeltà. Esistono diverse forme possibili per stabilire tali standard e aggiornare i terminali in base ad essi. Si prevede che tali standard o specifiche siano sviluppati all'interno di organismi come le associazioni del settore come EMVCO o sulla base di sistemi di carte internazionali (Visa, MasterCard). First Data adotterà tali standard o specifiche come richiesto dal settore.

⁽²⁷⁾ Verifone dichiara che esistono standard e specifiche solo per le operazioni di pagamento (stabiliti da Visa e MasterCard). Per i buoni e i punti di fedeltà, gli operatori come Google devono elaborare un protocollo specifico. Verifone cerca anche di fornire un quadro API (l'interfaccia di programmazione di un'applicazione) aperto in modo che qualsiasi portafoglio mobile che permetta l'utilizzazione di coupon possa interagire con i suoi terminali. Verifone prevede che vi sarà uno sviluppo degli standard a livello mondiale. Per quanto riguarda il processo di certificazione dei terminali, secondo Verifone non esiste nessuna certificazione standard per i terminali di pagamento senza contatto. I terminali Verifone vengono certificati separatamente da Visa, MasterCard etc. I diversi processi di certificazione cambiano regolarmente ma sono validi in tutto il mondo tranne che per Visa che ha sviluppato versioni diverse in talune zone (ad esempio, Visawave per ASPAC).

⁽²⁸⁾ Verifone dichiara che non esistono brevetti che coprano la soluzione «un solo clic». Google dovrebbe aver elaborato le proprie specifiche per Google wallet e sarebbe proprietaria dei rispettivi diritti. L'API (l'interfaccia di programmazione di un'applicazione) per utilizzare tali specifiche sui terminali VeriFone è elaborata da VeriFone sulla base di tali specifiche; e VeriFone ne possiede i diritti di proprietà. Inoltre, VeriFone ha elaborato il proprio ambiente generale necessario per far funzionare i portafogli mobili sui propri terminali. Pertanto, sarebbe facile proporre servizi simili alla soluzione «un solo clic» di Google ad altre imprese.

⁽²⁹⁾ Cfr. il comunicato stampa (20.12.2011): <http://www.afscm.org/en/news/the-afscm-releases-a-new-set-of-specifications.htm?id=59>

⁽³⁰⁾ Tranne che nel caso di una preclusione commerciale basata sull'eliminazione dai listini di telefonini cellulari contenenti portafogli mobili concorrenti che potrebbe essere realizzata direttamente dalle parti.

- b) gli sviluppatori dei sistemi operativi che forniscono *software* agli OEM e spesso stabiliscono i requisiti minimi a livello di *hardware* e controllano quali applicazioni girano sui loro sistemi operativi e/o i principali app store da cui esse vengono scaricate;
- c) i gestori di reti mobili (anche virtuali) in quanto fornitori di tempo di trasmissione (airtime);
- d) i venditori al dettaglio di smartphone e di tempo di trasmissione, vale a dire sia i canali di vendita diretta dei gestori di reti mobili (anche virtuali) che i dettaglianti indipendenti.

(102) La Commissione esamina per ciascuna ipotesi di preclusione commerciale se le parti notificanti dispongano della capacità di adottare una strategia di preclusione comune e quali sarebbero i loro incentivi a farlo. Inoltre, la Commissione ha esaminato se le parti notificanti dispongano insieme con le banche della capacità di ostacolare in maniera significativa soluzioni di pagamento non bancarie e quali sarebbero gli incentivi per attuare tale preclusione.

Pressione commerciale sugli OEM al fine di evitare che essi installino o che blocchino SE integrati preinstallati

- (103) La Commissione ha valutato se le parti notificanti dispongano della capacità di esercitare pressione commerciale sugli OEM al fine di evitare che essi installino un SE integrato sui loro smartphone o di bloccare un SE integrato preinstallato e quali sarebbero gli incentivi per farlo. La Commissione ha esaminato l'influenza commerciale delle parti notificanti per quanto riguarda gli smartphone distribuiti dalle parti notificanti mediante canali di vendita diretta e per quanto riguarda gli smartphone «standard» forniti da dettaglianti indipendenti.
- (104) Alcuni OEM hanno risposto alle domande della Commissione nel corso dell'indagine di mercato facendo presente che talvolta i gestori delle reti mobili cercano di comprare una «variante di operatore» specifica di un determinato smartphone venduto attraverso i loro canali al dettaglio. Pertanto, vi sono alcuni elementi che possono differire nella «variante di operatore» dello smartphone in funzione delle scelte dei gestori di reti mobili per quanto riguarda le caratteristiche da includere nello smartphone che essi sono disposti ad inserire come contenuto preventivamente scaricato. Tuttavia, tali elementi (come gli SE integrati) sarebbero disponibili nella variante standard degli smartphone sul mercato libero cui avrebbero accesso i venditori indipendenti al dettaglio sulla base della certificazione tecnica dei gestori di reti mobili. Tale certificazione viene data dai gestori delle reti mobili a tutti gli smartphone compatibili dal punto di vista tecnico con la propria rete e prescinde da considerazioni

di tipo commerciale. Ciò è dimostrato dal fatto che le parti notificanti e i venditori indipendenti al dettaglio del Regno Unito dispongono già di considerevoli scorte di smartphone dotati di tecnologia NFC con SE integrato (che potrebbero comprendere un portafoglio mobile concorrente). Un'eccezione di rilievo è rappresentata dalla Apple che non offre varianti di operatore.

- (105) Su questa base le parti notificanti potrebbero in teoria chiedere agli OEM di togliere o bloccare gli SE integrati preinstallati sugli smartphone destinati al proprio canale di vendita diretta con il proprio marchio al dettaglio. Tuttavia, i produttori di sistemi operativi o gli OEM integrati in maniera totalmente verticale potrebbero applicare controstrategie contro tale tentativo di preclusione. I produttori di sistemi operativi sono coinvolti molto prima dei gestori di reti mobili nel processo di sviluppo degli smartphone e ciò limita l'influenza che le parti notificanti hanno sulle specifiche degli smartphone rispetto ai produttori di sistemi operativi. Un produttore di sistema operativo potrebbe, anticipando qualsiasi richiesta delle parti notificanti, cercare di influire sulle specifiche degli smartphone degli OEM in una fase iniziale al fine di ottenere che tutti gli smartphone della marca del sistema operativo funzionino con un SE integrato sullo smartphone. Tale sarebbe in particolare il caso di Google a cui il controllo su Android dà una posizione forte nelle eventuali trattative con gli OEM ⁽³¹⁾. La posizione di Google sul mercato per la fornitura degli smartphone diventa sempre più consistente in considerazione dell'aumento delle vendite degli smartphone con sistema operativo Android. Nel periodo 2010-2011 la quota di smartphone

⁽³¹⁾ Si veda la decisione della Commissione del 13 febbraio 2012 nel caso COMP/M.6381 *Google/Motorola Mobility*. Inoltre, anche se Google si sta spostando verso attività *hardware*, gli esperti confermano quanto segue: «Nonostante la filosofia aperta su cui si è basata inizialmente l'introduzione di Android, Google ha cercato di assumere un controllo sempre maggiore sulla piattaforma. All'inizio, si è trattato dell'uscita con il proprio marchio degli smartphone Nexus che ha utilizzato per il lancio dell'ultima versione di Android cui è seguito poi il rifiuto di rilasciare il codice sorgente per la versione Honeycomb di Android ottimizzata per tablet. Sono state inoltre diffuse informazioni secondo cui Google sarebbe più selettiva per quanto riguarda gli OEM cui fornisce l'accesso ai più recenti codici sorgente Android: essenzialmente si tratterebbe della costituzione di un club di OEM eletti, chiamati a starle accanto al fine di restare in testa sul fronte dello sviluppo tecnologico. Google mantiene una serie di punti di controllo sui servizi di operatori "aperti" come il marchio registrato del termine "Android" oltre alle principali applicazioni di marca Google per smartphone come Google Mail, Maps e Android Marketplace. Inoltre, il fatto di aver scelto per Android la licenza a sorgente aperta Apache 2.0 implica per Google che essa non è obbligata giuridicamente a comunicare il codice sorgente e ciò spiega perché è riuscita a mantenere il codice di Honeycomb privato. Ciò significa che gli OEM devono mantenere una relazione stretta con Google e avere la benedizione dell'impresa per poter accedere al codice sorgente, usare i suoi popolari servizi e servirsi del marchio Android per i loro smartphone. Sulla base di questi fatti risulta chiaro che Google è incline ad esercitare un controllo non solo su coloro che utilizzano Android ma anche sul modo in cui lo usano. La società ha ben compreso i vantaggi assicurati da un maggior controllo e da un'integrazione verticale vedendo crescere il valore della sua stretta concorrente Apple e potrebbe essere incline anche a cercare di cogliere i vantaggi che derivano da una maggiore integrazione verticale.» Relazione [...]*, pag. 6, presentata come allegato 4 alle informazioni fornite dalle parti notificanti in data 6 giugno 2012.

Android nel Regno Unito è passata da meno del 5 % al circa 40 %. Gli OEM integrati in maniera totalmente verticale che propongono un portafoglio concorrente su SE integrato possono garantire che l'*hardware* dello smartphone sia pienamente compatibile con il funzionamento del loro portafoglio mobile ⁽³²⁾.

- (106) Inoltre, qualsiasi capacità di preclusione commerciale basata sul blocco o la disabilitazione degli SE integrati sarebbe in ogni caso di portata limitata e, almeno in parte, senza effetti. La capacità commerciale delle parti notificanti di bloccare o disabilitare SE integrati preinstallati porterebbe soltanto ad una parziale esclusione dei portafogli mobili concorrenti dal momento che le parti notificanti non avrebbero né la capacità né la motivazione per ostacolare in maniera significativa il canale della vendita indiretta al dettaglio o per escludere i portafogli inclusi negli smartphone della Apple qualora quest'ultima decidesse di entrare in questo mercato. I venditori indipendenti al dettaglio hanno una posizione forte sul mercato con una quota fino al 49 % e con un numero di punti di vendita al dettaglio pari al 41 % del totale di tali punti nel Regno Unito. Secondo la relazione Mintel ⁽³³⁾, Phones 4U e Carphone Warehouse hanno collettivamente 1 258 punti di vendita mentre Everything Everywhere ne ha 672, Telefónica 450 e Vodafone 365. Three UK ha altri 300 punti di vendita nel Regno Unito.
- (107) La Commissione conclude pertanto che la capacità commerciale delle parti notificanti di precludere l'accesso ai concorrenti in maniera significativa esercitando una pressione commerciale sugli OEM per far sì che essi blocchino o disattivino SE integrati preinstallati porterebbe al massimo ad una parziale preclusione (che escluderebbe gli smartphone di Apple e i venditori al dettaglio indiretti). Inoltre, un tale tentativo potrebbe fallire se i produttori di sistemi operativi dovessero essere in grado di attuare controstrategie efficaci per impedire alle parti notificanti di bloccare il funzionamento degli SE integrati.
- (108) Il fatto che una strategia di preclusione commerciale fondata o meno sull'installazione o blocco degli SE integrati avrebbe come unico effetto una preclusione parziale ne limiterebbe notevolmente l'efficacia e, anche qualora fosse adottata, ridurrebbe le motivazioni per attuarla dal momento che i profitti supplementari generati da essa sarebbero limitati. Tale analisi è confortata dalla notevole

asimmetria esistente tra i profitti attesi dell'impresa comune e quelli del mercato al dettaglio della telefonia mobile, come sottolineato dalle parti notificanti. In particolare, il profitto lordo delle attività al dettaglio di telefonia mobile delle parti notificanti (compresi i profitti derivanti dall'interconnessione e il risultato netto dei costi di acquisizione da parte dei clienti) è più elevato essendo pari a circa [...] volte il profitto previsto dell'impresa comune dopo il suo periodo iniziale di crescita ⁽³⁴⁾.

- (109) Inoltre le parti notificanti hanno dimostrato che le condizioni concorrenziali sui mercati della pubblicità e dell'analisi dei dati differiscono significativamente da quelle del mercato all'ingrosso di portafogli mobili. Inoltre, le entrate e i profitti per tali due attività non sono direttamente collegati alle attività di transazione dell'impresa comune e una strategia mirata ad eliminare gli operatori di portafogli mobili concorrenti non li riguarderebbe in maniera diretta.
- (110) Inoltre, la reazione negativa dei consumatori nei confronti di una riduzione di valore delle offerte di portafogli mobili concorrenti costituisce il principale meccanismo mediante il quale la preclusione commerciale porterebbe a perdite nel mercato al dettaglio della telefonia mobile. Per di più i concorrenti potrebbero attuare delle controstrategie mirate a incrementare le reazioni negative dei consumatori. Tali controstrategie renderebbero i portafogli mobili concorrenti attraenti per i consumatori determinando un aumento dei costi della preclusione.
- (111) Complessivamente, tali fattori indicano che la preclusione commerciale sarebbe associata a forti incentivi per ciascuna delle parti notificanti a deviare da tale condotta in modo da evitare reazioni negative da parte dei consumatori alla riduzione di valore della loro offerta mobile e da guadagnare un vantaggio sulle altre parti notificanti che intendano attuare una strategia di preclusione. Le parti notificanti che abbandonano tale strategia evitano anche una perdita di quote di mercato ai gestori di reti mobili (anche virtuali) esterni all'impresa comune.
- (112) Globalmente, appare molto probabile che almeno una delle parti notificanti abbia un incentivo unilaterale a deviare da tale strategia di preclusione commerciale comune, basata sulla pressione esercitata sugli OEM al fine di un blocco degli SE integrati preinstallati. Ciò pregiudicherebbe una strategia comune di preclusione commerciale.
- (113) Per quanto riguarda una strategia comune di preclusione basata su un tacito e continuo coordinamento tra le parti notificanti, è poco probabile che tutte le condizioni stabilite nella sentenza *Airtours* ⁽³⁵⁾ siano soddisfatte in caso di preclusione commerciale.

⁽³²⁾ Research In Motion (RIM), il produttore dei telefonini Blackberry, ha di recente annunciato che l'elaborazione di applicazioni NFC sarà una priorità per i suoi smartphone Blackberry e ha dichiarato: «NFC sarà un grande impulso per RIM nei prossimi 12 mesi» (si veda: <http://www.forbes.com/sites/elizabethwoyke/2011/11/08/rim-plans-big-push-for-nfc-enabled-blackberry-apps/>). Tuttavia, la Commissione prende nota della situazione in evoluzione di RIM che sta apparentemente mettendo in atto misure di ristrutturazione. È probabile che, nella catena logistica, Blackberry disponga dei poteri necessari per far entrare nella catena di approvvigionamento i suoi popolari telefonini. Secondo [...]*, nel primo trimestre del 2012 tre dei dieci smartphone più popolari tra i clienti con abbonamento (post-pay) nel Regno Unito erano telefoni Blackberry (si vedano le osservazioni delle parti: «Mancanza di capacità commerciale di precludere il mercato ai servizi di piattaforma di pagamenti mobili all'ingrosso concorrenti», pag. 35).

⁽³³⁾ Mintel, *Telecoms Retailing* (gennaio 2011), grafico 27.

⁽³⁴⁾ Si vedano ad esempio le risposte delle parti notificanti alle richieste della Commissione di fornire informazioni del 31 maggio 2012, 8 giugno 2012 e 14 giugno 2012.

⁽³⁵⁾ Causa T-342/99 *Airtours/Commissione*, Raccolta 2002, pag. II-02585.

- (114) In primo luogo, una preclusione commerciale coordinata sarebbe complessa da mettere in atto, dal momento che essa dipende dall'esito delle trattative bilaterali tra ciascuna delle parti notificanti e le terze parti, trattative riservate e che dipendono dal potere di negoziazione di ciascuna delle parti.
- (115) In secondo luogo, una preclusione coordinata potrebbe mancare di stabilità interna dal momento che i guadagni unilaterali derivanti da una deviazione dal coordinamento potrebbero essere superiori al costo di una sanzione a seguito del fallimento del comportamento coordinato. Considerata la notevole asimmetria tra i profitti della telefonia mobile al dettaglio e i profitti attesi dall'impresa comune nelle attività di transazione, la minaccia di una sanzione potrebbe non essere sufficiente per controbilanciare l'incentivo ad una deviazione. Inoltre, eventuali comportamenti che derivino dal coordinamento potrebbero essere individuati in ritardo sul mercato dal momento che i negoziati commerciali sono riservati e le deviazioni sarebbero individuate solo all'uscita degli smartphone sul mercato. Ne risulterebbe un indebolimento del meccanismo di sanzionamento che renderebbe ancora più difficile mantenere un accordo collusivo.
- (116) Globalmente, sulla base dell'analisi di cui sopra, la Commissione conclude che è altamente improbabile che le parti notificanti abbiano la capacità e le motivazioni di attuare una strategia comune di preclusione che comporti l'esercizio di una pressione commerciale sugli OEM al fine di bloccare gli SE integrati preinstallati che potrebbero funzionare sui portafogli mobili concorrenti.

Influenza esercitata sugli sviluppatori dei sistemi operativi o sugli OEM al fine di bloccare le applicazioni di portafoglio mobile

- (117) La Commissione ha valutato se le parti notificanti abbiano la capacità di esercitare un'influenza sugli sviluppatori dei sistemi operativi o sugli OEM al fine di bloccare il precaricamento o di eliminare le applicazioni di portafoglio mobile sugli smartphone e le loro motivazioni a farlo.
- (118) Alcuni degli interpellati nel corso dell'indagine di mercato hanno sottolineato l'importanza del precaricamento di un'applicazione e osservato che le parti notificanti potrebbero esercitare un'influenza per modificare la posizione di un'applicazione specifica sullo schermo degli smartphone nelle loro varianti di operatore.
- (119) Tuttavia, i fornitori di portafogli mobili concorrenti sarebbero in grado di prendere contromisure promuovendo il posizionamento dei loro portafogli mobili in un punto molto visibile dell'app store. Inoltre, i produttori di sistemi operativi potrebbero legare l'applicazione di portafoglio mobile al sistema operativo anticipando le richieste degli OEM. In particolare, una tale controstrategia può essere attuata da Google che, ad esempio, ha la capacità di influire sulle scelte di software attraverso i propri accordi di distribuzione di applicazioni mobili con gli OEM che stabiliscono quali applicazioni mobili di Google vengono precaricate su uno smartphone. La potenziale effi-

cazia di una tale strategia trova riflesso anche nell'influenza che Google ha attualmente sul mercato dei sistemi operativi per dispositivi mobili.

- (120) Globalmente, considerata l'efficacia limitata della preclusione commerciale basata su una pressione esercitata sugli OEM al fine di non far loro installare gli SE integrati o di bloccare la loro preinstallazione e considerata la solidità delle controstrategie dei fornitori di portafogli mobili concorrenti, è improbabile che le parti notificanti abbiano la capacità commerciale di chiudere in maniera significativa l'accesso al mercato mediante il blocco delle applicazioni di portafogli mobili concorrenti.
- (121) La maggior parte degli argomenti incentivanti applicabili alla preclusione commerciale discussa per prima nella sezione dedicata alla pressione esercitata sugli OEM al fine di non far loro installare gli SE integrati o di bloccare la loro preinstallazione si applica anche a una strategia commerciale basata sull'influenza esercitata sugli sviluppatori dei sistemi operativi o sugli OEM per bloccare i portafogli mobili.
- (122) Globalmente, sulla base dell'analisi di cui sopra, la Commissione conclude che è altamente improbabile che le parti notificanti abbiano la capacità e le motivazioni di attuare una strategia congiunta di preclusione basata sull'influsso da esercitare sugli sviluppatori dei sistemi operativi o sugli OEM per bloccare o rimuovere le applicazioni di portafoglio mobile.

Porre in posizione di svantaggio o cancellare dai listini gli smartphone che contengono portafogli mobili concorrenti

- (123) La Commissione ha valutato se le parti notificanti avrebbero la capacità di porre in posizione di svantaggio o cancellare dai listini gli smartphone che abbiano la capacità di funzionare con portafogli concorrenti e se sarebbero incentivate a farlo.
- (124) Tenuto conto del fatto che gli smartphone posti in condizioni di svantaggio o cancellati dai listini che contengono portafogli mobili concorrenti troveranno un'altra via di sbocco sul mercato attraverso i venditori al dettaglio indipendenti, i gestori di reti mobili che procedono alla cancellazione dai listini o mettono in posizione di svantaggio smartphone che contengono portafogli mobili concorrenti sulla loro stessa rete al dettaglio precluderanno solo in parte il mercato. Inoltre, tale strategia comporterebbe costi commerciali alti. I concorrenti potrebbero adottare delle controstrategie che renderebbero i portafogli mobili concorrenti attraenti per i consumatori determinando un aumento dei costi della preclusione.
- (125) Cancellare dai listini gli smartphone dotati di portafogli mobili concorrenti comporterebbe il non stoccare più gli smartphone nel canale di vendita diretta controllato dalle parti notificanti. Porre in condizioni di svantaggio gli smartphone dotati di portafogli mobili concorrenti sarebbe una forma più sottile di preclusione basata sulla riduzione delle sovvenzioni pagate su tali smartphone nel canale di vendita diretta controllato dalle parti notificanti.

(126) La maggior parte degli argomenti incentivanti presentati nei punti precedenti in relazione alla strategia di preclusione fondata sulla pressione commerciale esercitata sugli OEM per evitare le preinstallazione di SE integrati si applica anche alla strategia commerciale di preclusione basata sul porre in condizione di svantaggio o cancellare dai listini gli smartphone.

(127) Alla luce di quanto precede, la Commissione conclude che è altamente improbabile che le parti notificanti abbiano la capacità e le motivazioni di attuare una strategia comune di preclusione basata sul tentativo di porre in condizione di svantaggio o cancellare dai listini gli smartphone.

Incoraggiare i venditori al dettaglio indipendenti a commercializzare smartphone che non contengano portafogli mobili indipendenti o a impostare parametri predefiniti che favoriscono il portafoglio mobile delle parti notificanti

(128) La Commissione ha valutato se le parti notificanti abbiano la capacità di incoraggiare i venditori al dettaglio indipendenti a commercializzare smartphone che non contengono portafogli mobili concorrenti o a impostare parametri predefiniti che favoriscano il portafoglio mobile delle parti notificanti e se sarebbero incentivate a farlo.

(129) Al fine di seguire un approccio prudente per quanto riguarda una strategia commerciale di preclusione basata sull'incoraggiare i venditori al dettaglio indipendenti a commercializzare smartphone non dotati di portafogli mobili concorrenti o di configurare alcuni parametri predefiniti che favoriscono il portafoglio mobile delle parti notificanti, la Commissione valuta tale strategia commerciale di preclusione in combinazione con una delle tre strategie esaminate sopra (esclusione dal canale di vendita diretta controllato dalle parti notificanti).

(130) A differenza del caso delle strategie di preclusione mirate al canale di vendita diretta, la capacità di cui disporrebbero le parti notificanti di precludere commercialmente l'accesso ai concorrenti mediante incentivi offerti ai venditori al dettaglio indipendenti sarebbe più limitata. Se le parti notificanti possono essere in una posizione che consente loro di offrire incentivi ai venditori al dettaglio indipendenti dal momento che concedono già loro commissioni e sovvenzioni [...] (anche se non al fine di favorire telefonini specifici), gli OEM e i produttori di sistemi operativi concedono, da parte loro, in maniera selettiva, sovvenzioni di marketing a venditori al dettaglio indipendenti e potrebbero attuare una controstrategia parallela al fine di incentivare la vendita sul libero mercato di smartphone contenenti un portafoglio mobile concorrente. In particolare, la Commissione ritiene che un eventuale nuovo operatore sul mercato dei portafogli mobili potrebbe concludere con gli OEM accordi di condivisione dei benefici al fine di garantire che gli smartphone siano

forniti di SE integrati. Inoltre, non vi è nulla che faccia pensare che le parti notificanti siano più incentivate degli OEM e dei produttori di sistemi operativi a sovvenzionare specifici smartphone al fine di precludere l'accesso al mercato dei portafogli mobili.

(131) Pertanto, se le parti notificanti dovrebbero avere una certa capacità commerciale di incoraggiare i venditori al dettaglio indipendenti a commercializzare smartphone che non contengono portafogli mobili concorrenti o a impostare taluni parametri predefiniti che favoriscono il portafoglio mobile delle parti notificanti, l'efficacia di tale strategia potrebbe essere notevolmente ridotta da controstrategie analoghe di terze parti.

(132) Alcuni degli argomenti incentivanti illustrati nelle sezioni precedenti relative ad altre strategie di preclusione commerciale si applicano anche a una strategia commerciale di preclusione basata sull'incentivazione dei venditori al dettaglio indipendenti a commercializzare smartphone non dotati di portafogli mobili concorrenti o sulla configurazione di alcuni parametri predefiniti che favoriscono il portafoglio mobile delle parti notificanti.

(133) Al fine di ottenere un'effettiva esclusione delle offerte concorrenti sul canale di vendita indiretta al dettaglio, le parti notificanti dovrebbero sostenere ingenti spese per superare le offerte degli OEM o produttori di sistemi operativi al fine di ottenere il sostegno di rivenditori al dettaglio indipendenti. Ciò comporterebbe un incremento significativo dei costi della preclusione rafforzando gli incentivi unilaterali dei comportamenti che deviano da tale strategia commerciale di preclusione. Pertanto, è improbabile che una strategia commerciale di preclusione basata sull'incentivazione dei venditori al dettaglio a commercializzare smartphone che non contengono portafogli mobili concorrenti o a impostare determinati parametri predefiniti che favoriscono i portafogli mobili delle parti notificanti comporti una preclusione del canale indiretto di vendita al dettaglio.

Preclusione potenziale delle soluzioni di pagamento che non passano attraverso le banche

(134) La Commissione ritiene che la costituzione dell'impresa comune non comporterà alcuna modifica per quanto riguarda la capacità e la motivazione delle banche a porre in condizione di svantaggio i sistemi di pagamento che non passano attraverso di esse in relazione ad uno scenario in cui ciascun azionista offrirà il proprio portafoglio mobile, dal momento che le banche non sono azioniste dell'operazione.

(135) In conclusione, la Commissione ritiene altamente improbabile che le banche e i gestori di reti mobili abbiano concordato gli incentivi al fine di ostacolare in maniera significativa i sistemi di pagamento non bancari.

Conclusione generale

- (136) La Commissione conclude che è improbabile che le parti notificanti possiedano la capacità di attuare una preclusione commerciale e abbiano le motivazioni per farlo.

Servizi di SMS bulk

- (137) L'impresa comune sarebbe attiva anche come un aggregatore sul mercato degli SMS bulk al dettaglio acquistando servizi di generazione e terminazione presso gestori di reti mobili sul mercato dei servizi SMS bulk all'ingrosso del Regno Unito.
- (138) Il mercato a monte per la distribuzione all'ingrosso di SMS bulk consiste in due elementi principali: il trasferimento del messaggio dal mittente (l'impresa comune o un aggregatore) alla rete mobile a cui il destinatario si è abbonato (home network, la rete preferita) e il trasferimento dalla rete preferita al telefonino del destinatario.
- (139) La distribuzione all'ingrosso di SMS bulk può essere realizzata solo dai gestori di reti mobili ed essa è effettuata su base concorrenziale da tutti i gestori di reti mobili del Regno Unito. Di norma, gli aggregatori concludono un contratto con un gestore di rete mobile per la distribuzione di tutti i loro SMS bulk indipendentemente dalla home network dei singoli destinatari dei messaggi. I gestori delle reti mobili sono in grado di offrire tale servizio, che comprende sia la distribuzione online che quella offline, grazie agli accordi di interconnessione esistenti tra gestori delle reti mobili per lo scambio di SMS.
- (140) L'aggregazione necessita di un computer dotato di *software* per i messaggi generati e di una connessione ad un gestore di rete mobile, con una connessione su scala mondiale, che sia in grado di inoltrare i messaggi SMS verso qualsiasi destinazione grazie agli accordi di interconnessione di quell'operatore con gli altri operatori di rete mobile. Gli aggregatori che generano volumi sufficienti di messaggi verso una particolare rete, generalmente, al fine di giustificare gli investimenti necessari, stabiliscono propri accordi di interconnessione con singole reti per l'invio dei messaggi verso (e da) abbonati mobili di quella rete.
- (141) La Commissione ha valutato se la posizione congiunta delle parti notificanti nel mercato a monte degli SMS bulk potrebbe portare a escludere dal mercato, in maniera sostanziale, gli aggregatori di SMS bulk concorrenti dell'impresa comune sul mercato degli SMS bulk al dettaglio mediante il rifiuto di inoltrare SMS bulk provenienti da aggregatori concorrenti sulle loro rispettive reti o proponendo tariffe di inoltro più alte di quelle dei concorrenti dell'impresa comune. La maggior parte degli interpellati ritiene che le parti notificanti continueranno a fornire loro il servizio di inoltro di SMS bulk.
- (142) Alla luce dell'indagine di mercato condotta, la Commissione ritiene improbabile che le parti notificanti siano in grado di discriminare tra gli SMS bulk inviati dall'impresa

comune e quelli inviati dai concorrenti da inoltrare sulle loro reti; pertanto, appare improbabile che le parti notificanti attuino una preclusione di mercato.

- (143) Inoltre, sarebbe difficile pervenire a una preclusione coordinata. In particolare, a causa della mancanza di trasparenza del mercato all'ingrosso e della rapidità con cui mutano le quote di mercato, la capacità delle parti notificanti di ottenere un accordo ai fini di una strategia di preclusione del mercato sarebbe estremamente limitata.
- (144) In conclusione, è improbabile che l'operazione ostacoli in modo significativo una concorrenza efficace su nessuno dei mercati connessi alle attività di SMS bulk dell'impresa comune.

4.3. Effetti non orizzontali — effetti di conglomerato

- (145) La Commissione ha valutato l'importanza che rivestirebbe per un gestore di rete mobile (anche virtuale) la capacità di offrire un portafoglio mobile per rimanere credibile come concorrente sul mercato al dettaglio della telefonia mobile.
- (146) La maggior parte degli interpellati nel corso dell'indagine di mercato prevede che, almeno a breve termine, la presenza di portafogli mobili non sarà un fattore determinante di differenziazione per i consumatori che debbano scegliere uno smartphone o concludere un accordo per tempo di trasmissione con un gestore di rete mobile.
- (147) Inoltre, anche se la capacità di offrire un portafoglio mobile dovesse diventare un fattore determinante — un assunto sul quale Three UK insiste particolarmente ⁽³⁶⁾ — è probabile che quest'ultima sia in grado di offrire un proprio portafoglio mobile ai clienti, eventualmente in collaborazione con terze parti come Google o istituti finanziari.
- (148) Sulla base di quanto precede, la conclusione è che, con ogni probabilità, gli effetti di conglomerato dovuti alla creazione dell'impresa comune non desterebbero preoccupazioni sotto il profilo della concorrenza.

4.4. Effetti orizzontali

- (149) La Commissione ha poi esaminato se l'operazione determini problemi di concorrenza orizzontale. La valutazione di questo punto è suddivisa in due parti, dedicate rispettivamente al mercato per la fornitura all'ingrosso di servizi di piattaforma di pagamento mobile e ai mercati per la fornitura di servizi pubblicitari mobili e di analisi di dati. L'effetto più diretto di tale concentrazione è il venir meno della concorrenza tra le imprese partecipanti alla concentrazione.

⁽³⁶⁾ Three UK sostiene che la disponibilità di un portafoglio mobile diventerà un parametro concorrenziale fondamentale nelle decisioni dei consumatori sul piano tariffario di un operatore dal momento che gli smartphone saranno sempre più dotati di funzioni multiple e il portafoglio mobile sarà la prossima tappa di un'evoluzione naturale già esistente diventando un «fattore imprescindibile» nel senso che costituirà parte integrante dello smartphone, come la macchina fotografica o l'accesso a Internet.

Fornitura all'ingrosso di servizi di piattaforma di pagamento mobile e conservazione sicura

(150) L'impresa comune sarà un operatore nuovo del mercato nascente per la fornitura all'ingrosso di servizi di piattaforma di pagamento mobile. Le parti notificanti sono nuovi operatori del mercato (per esempio, nel caso del prodotto Orange/Barclaycard Quicktap e del portafoglio Telefónica O2) o potenziali nuovi operatori. Anche rispetto all'eventuale mercato per la conservazione sicura esse sono operatori nuovi o potenziali operatori nuovi.

(151) La Commissione ha esaminato tali barriere all'ingresso sul mercato nascente dei servizi di piattaforma di pagamento mobile e della conservazione sicura. Numerose iniziative sono già state annunciate in diversi paesi e diverse iniziative sono già state varate nel Regno Unito. I potenziali nuovi operatori sono le banche e gli istituti finanziari, altri gestori di reti mobili (anche virtuali), segnatamente Three UK e operatori online o OTT (over-the-top) come Google o Paypal. La Commissione ritiene probabile che anche Apple entri sul mercato se le condizioni sono favorevoli. Oltre all'SE nella carta SIM l'accesso sarebbe disponibile anche per gli SE integrati nonché per gli SE inseriti in hardware supplementare (adesivi, tag etc.). Come si è illustrato nelle sezioni dedicate agli effetti verticali e di conglomerato, le parti notificanti non saranno in grado di precludere in maniera significativa il mercato, né avranno motivazioni per farlo. Ciò significa che le parti notificanti non sarebbero in grado di dissuadere la concorrenza nel mercato a valle dei portafogli mobili al dettaglio.

(152) Su tale base la Commissione ritiene che sia improbabile che l'operazione ostacoli in modo significativo un'effettiva concorrenza, dal momento che l'impresa comune dovrà affrontare la concorrenza di diverse parti. Pertanto, anche se l'operazione annulla la concorrenza potenziale tra le parti notificanti, è improbabile che ostacoli in modo significativo un'effettiva concorrenza dal momento che non sarà in grado di dissuadere imprese di rilievo (come Google o Apple) dall'entrare in questo mercato nascente e dal concorrere efficacemente con l'impresa comune.

Servizi di analisi di dati

(153) Attualmente nessuna delle parti notificanti è attiva individualmente nel mercato per la fornitura di servizi di analisi dei dati in relazione a servizi di transazione e di pubblicità online e offline. L'impresa comune sarà attiva nella fornitura di servizi di analisi dei dati nel Regno Unito per quanto riguarda i servizi di transazione e di pubblicità online e offline, la fornitura di analisi di dati, di analisi dello sviluppo delle imprese e di analisi della fidelizzazione.

(154) L'impresa comune fornirà elementi di tutti e tre i tipi di analisi di dati, tuttavia, non fornirà software di analisi di

dati⁽³⁷⁾ ma provvederà ad alcune analisi sulle tendenze del web che sono fornite anche da tali società. Analogamente, l'impresa comune non venderà propriamente dati (come BlueKai o Experian), ma venderà le informazioni ottenute mediante i servizi di analisi.

(155) Le informazioni di cui dispone l'impresa comune sono disponibili anche, in ampia misura, per altri operatori già esistenti o nuovi come Google, Apple, Facebook, emittenti di carte, agenzie di valutazione del merito creditizio o venditori al dettaglio⁽³⁸⁾. Inoltre, esistono altri modi di raggiungere un ampio spettro di consumatori come, ad esempio, i fornitori di servizi di utilità generale (quasi tutti i consumatori ricorrono a fornitori di servizi di utilità generale). In più è riconosciuto anche che, come l'impresa comune, alcune altre imprese, come RIM, avranno accesso ad un quantitativo comparabile di dati provenienti da smartphone.

(156) La Commissione ha valutato anche se, senza l'operazione, le parti notificanti sarebbero in grado di fornire individualmente servizi di analisi di dati. La maggior parte degli interpellati lo ha ritenuto possibile. Tuttavia, alcuni di essi ritengono che sia più efficace avere l'impresa comune come unico punto di contatto e che, dal momento che l'analisi dei dati non è la loro attività principale, non sarebbero stati giustificati investimenti volti solo alla fornitura di questo servizio.

(157) In considerazione delle informazioni di cui dispone la Commissione conclude che, su tutti i possibili sottomercati, l'impresa comune sarebbe effettivamente in grado di raccogliere un ampio spettro di informazioni relative ai consumatori che sarebbero molto utili per i propri servizi di analisi dei dati (mobili) e servizi pubblicitari. Tuttavia, anche molti altri operatori forti e consolidati sono in grado di offrire soluzioni analoghe a quelle dell'impresa comune. Pertanto, altri fornitori di servizi pubblicitari concorrenti dell'impresa comune non sarebbero esclusi da un input essenziale e la creazione dell'impresa comune non avrebbe ripercussioni negative sulla concorrenza sul mercato di analisi dei dati (mobili) né sul mercato dei servizi di ricerca o dei servizi di informazioni di marketing. Non è pertanto necessario sapere se, senza l'operazione, le parti notificanti sarebbero entrate individualmente nel mercato.

(158) In conclusione, è improbabile che l'operazione ostacoli in modo significativo una concorrenza effettiva su nessuno dei mercati connessi alle attività di analisi dei dati dell'impresa comune.

⁽³⁷⁾ [...]*

⁽³⁸⁾ La mancanza di preclusione nelle attività di transazione concorre a far sì che tali imprese siano in grado di raccogliere i dati pertinenti post operazione.

Servizi pubblicitari

- (159) L'impresa comune svolgerebbe funzioni di intermediaria per la vendita di diversi servizi pubblicitari, tra cui: la pubblicità on line non collegata ai motori di ricerca (sulle reti di gestori di reti mobili anche virtuali che partecipano all'impresa comune e spazi pubblicitari di terze parti), SMS push, SMS bulk intelligenti e messaggi pull (coupon e buoni).
- (160) La Commissione ha valutato gli effetti della creazione dell'impresa comune sul mercato dell'intermediazione della pubblicità mobile e dei suoi possibili sottomercati. Molti servizi sono ancora nascenti anche se gli esperti prevedono un forte sviluppo nell'immediato futuro ⁽³⁹⁾.
- (161) Nessuna delle parti notificanti è attualmente impegnata separatamente in servizi di intermediazione per una qualche forma di pubblicità digitale; ciascuna di esse è attiva soltanto nella vendita dei propri spazi e in misura molto limitata.
- (162) La Commissione ritiene che, sul mercato globale della pubblicità mobile, l'impresa comune avrebbe solidi concorrenti come Google (DoubleClick, AdMob, Admeld), Apple (Quattro Wireless/iAd), Yahoo! (Blue Lithium and RightMedia), Microsoft (Screentonic, aQuantive), AOL (AOL Advertising), WPP (24/7 RealMedia) o reti indipendenti di inserzioni pubblicitarie, come Millennial Media. Su tale mercato l'impresa comune rappresenterebbe un'alternativa a tali operatori già consolidati sul mercato.
- (163) Sul mercato più limitato della messaggistica di marketing mirato ed in particolare i possibili sottomercati per SMS bulk intelligenti e SMS push, la Commissione ha valutato se l'impresa comune acquisirebbe una posizione di forza avendo accesso ai clienti finali delle parti notificanti e se potrebbe avere la capacità di inviare loro messaggi di marketing mirato.
- (164) Il mercato per la messaggistica di marketing mirato (e segnatamente SMS push e SMS bulk intelligenti) è attualmente insignificante a confronto della pubblicità mobile. Inoltre, la capacità dell'impresa comune di fornire messaggi SMS mirati non sarebbe unica dal momento che vi sono diverse parti in gioco (come Apple e Google) ⁽⁴⁰⁾ che dispongono anch'esse dei numeri mobili della maggior parte dei loro clienti insieme ad altre informazioni su di essi e potrebbero agevolmente creare un servizio analogo o fornire i dati richiesti a terzi ⁽⁴¹⁾. Altre parti del mercato, come le emittenti di carte di credito, i sistemi di pagamento, i venditori al dettaglio e le agenzie di valutazione del merito creditizio, anche congiuntamente, potrebbero anch'esse creare offerte o fornire dati a terzi.
- (165) Inoltre, è opportuno notare che perfino se si opta per la definizione più limitata possibile di mercato, quella relativa ai soli SMS push e SMS bulk intelligenti, è probabile che altre forme di messaggi come le notifiche push IP o i messaggi email abbiano effetti sufficienti per limitare le attività dell'impresa comune.
- (166) La Commissione conclude che è improbabile che l'operazione ostacoli in modo significativo una concorrenza efficace su nessuno dei possibili mercati rilevanti connessi ai servizi pubblicitari dell'impresa comune.

Coordinamento sul mercato al dettaglio di telefonia mobile

- (167) Conformemente all'articolo 2, paragrafo 4, del regolamento sulle concentrazioni, la Commissione ha esaminato anche se l'impresa comune possa rientrare nel campo di un coordinamento tra le parti notificanti sul mercato al dettaglio della telefonia mobile, che deve essere valutato sulla base dei criteri di cui all'articolo 101, paragrafi 1 e 3, del trattato TFUE. Si ha restrizione della concorrenza ai sensi dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato TFUE quando il coordinamento del comportamento concorrenziale delle società madre è probabile e valutabile e risulta dalla creazione dell'impresa comune ⁽⁴²⁾.
- (168) Tutte e tre le parti notificanti sono attive e intendono mantenere le loro attività nel mercato al dettaglio della telefonia mobile nel Regno Unito che è un mercato vicino a quelli cui si riferiscono le attività dell'impresa comune.
- (169) Tuttavia, è improbabile che la creazione dell'impresa comune si ripercuota su uno dei parametri fondamentali della concorrenza sul mercato al dettaglio della telefonia mobile come la disponibilità di diversi smartphone o il numero dei minuti inclusi, il volume dei dati o i messaggi di testo.
- (170) La Commissione conclude che non sembra aver luogo un coordinamento delle parti notificanti nel mercato al dettaglio della telefonia mobile attraverso l'impresa comune.

V. INCREMENTI DI EFFICIENZA

- (171) L'impatto complessivo dell'operazione sarà inoltre influenzato dai probabili guadagni di efficienza che questa permetterà. In mancanza di effetti negativi per la concorrenza indipendentemente dagli incrementi di efficienza, questi ultimi costituiscono parte integrante di una valutazione globale della concorrenza.

⁽³⁹⁾ Relazione di Ofcom dell'agosto 2011, pagg. 201-202.

⁽⁴⁰⁾ Le parti notificanti sottolineano che per esempio Apple e Google raccolgono i numeri di telefono quando i clienti inseriscono i loro dati su iTunes o Google Play.

⁽⁴¹⁾ La Commissione è stata informata da altre parti del mercato del fatto che per ora Apple e Google non vendono direttamente tale tipo di dati.

⁽⁴²⁾ Si veda la decisione della Commissione del 27 maggio 1998 nel caso IV/JV. 1 — *Telia/Telenor/Schibsted*, punto 28.

(172) Le parti notificanti non hanno fornito un'analisi dettagliata che dimostri che tali incrementi soddisfano i criteri stabiliti dagli orientamenti sulle concentrazioni non orizzontali e, segnatamente, che essi non potrebbero essere ottenuti mediante alternative meno anticoncorrenziali.

(173) Non è tuttavia necessario calcolare in maniera precisa la portata di tali incrementi considerata la mancanza di effetti negativi per la concorrenza dell'operazione.

VI. CONCLUSIONE GENERALE DELLA VALUTAZIONE DELLA CONCORRENZA NEI MERCATI RILEVANTI

(174) Il fenomeno del commercio mobile (m-commerce) è nuovo ed è caratterizzato da un certo numero di parti interessate a parteciparvi e da una serie di nuove tecnologie emergenti. È improbabile che l'impresa comune abbia la capacità tecnica o commerciale di precludere in maniera significativa ai concorrenti l'ingresso sul mercato o di ostacolarne l'espansione in relazione alla fornitura all'ingrosso o al dettaglio di servizi di piattaforma di pagamento mobile, di servizi pubblicitari o di analisi di dati né le motivazioni per farlo.

(175) Un numero sufficiente di concorrenti sta già emergendo o è probabile che emerga nel futuro. Alcuni di essi sono società con un considerevole potere di mercato, una solida base di clienti ed esperienza nel settore. Vi sono tra loro fornitori di servizi finanziari, operatori online o OTT (over-the-top), operatori già attivi nel settore dei paga-

menti online e altri gestori di reti mobili (anche virtuali). La Commissione non ritiene che l'operazione possa sollevare significative barriere all'ingresso sul mercato, per esempio rendendo più difficile per i potenziali nuovi operatori ottenere i fattori di produzione necessari. Pertanto la Commissione conclude che, anche se le parti notificanti non risultano come effettivi concorrenti a titolo individuale a causa dell'impresa comune, resta comunque un numero sufficiente di altri concorrenti ad assicurare che vi sia un'adeguata pressione concorrenziale dopo l'operazione. Analogamente, la Commissione conclude che è improbabile che l'impresa comune possa soffocare l'innovazione; al contrario, il mercato dell'm-commerce continuerà probabilmente ad essere caratterizzato da nuove iniziative e dall'emergere di un ampio raggio di evoluzioni in campo commerciale e tecnico nei prossimi anni.

(176) La Commissione conclude che è improbabile che l'operazione ostacoli un'effettiva concorrenza in modo significativo ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 2 del regolamento sulle concentrazioni in nessuno dei mercati rilevanti né dei loro eventuali sottomercati.

(177) Di conseguenza, la concentrazione va dichiarata compatibile con il mercato interno e con il funzionamento dell'accordo sullo spazio economico europeo, ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 1, del regolamento sulle concentrazioni e dell'articolo 57 dell'accordo SEE.

DECISIONE DELLA COMMISSIONE

del 6 marzo 2013

che modifica la decisione della Commissione, del 6 ottobre 2010, che istituisce il gruppo di esperti sullo sviluppo della missione da affidare ai sistemi europei di navigazione satellitare, denominato «Gruppo consultivo sullo sviluppo della missione» (Mission Evolution Advisory Group)

(Testo rilevante ai fini del SEE)

(2013/C 66/05)

LA COMMISSIONE EUROPEA,

visto il trattato sul funzionamento dell'Unione europea,

considerando quanto segue:

- (1) Con la decisione della Commissione, del 6 ottobre 2010, è stato istituito il gruppo di esperti sullo sviluppo della missione da affidare ai sistemi europei di navigazione satellitare, denominato «Gruppo consultivo sullo sviluppo della missione» (Mission Evolution Advisory Group) ⁽¹⁾ (di seguito «il gruppo») con l'obiettivo di fornire alla Commissione pareri indipendenti su questioni concernenti lo sviluppo delle missioni EGNOS e Galileo.
- (2) All'atto di istituire il gruppo, la Commissione ha deciso che dovesse essere composto da persone fisiche nominate a titolo personale.
- (3) Secondo le disposizioni della Commissione in materia di gruppi di esperti ⁽²⁾, i membri nominati a titolo personale devono agire in piena indipendenza e nell'interesse pubblico.
- (4) Alcuni membri del gruppo, nominati dalla Commissione ⁽³⁾, sono dipendenti e dirigenti di società private, direttamente interessate dai lavori del gruppo. Di conseguenza, tali dipendenti e dirigenti non possono agire a titolo personale, ma sono ammessi a partecipare ai lavori del gruppo in veste di rappresentanti delle parti interessate.
- (5) Alla luce di quanto sopra, i membri del gruppo devono essere persone fisiche nominate a titolo personale e persone fisiche nominate in rappresentanza di un interesse comune condiviso da parti interessate e organizzazioni. In conformità alle disposizioni della Commissione in materia di gruppi di esperti ⁽⁴⁾, il termine organizzazioni è inteso in senso lato e si riferisce, tra l'altro, alle imprese, alle associazioni, alle organizzazioni non governative, ai sindacati, alle agenzie e agli organismi dell'Unione, nonché alle organizzazioni internazionali.
- (6) È pertanto opportuno modificare di conseguenza la decisione della Commissione, del 6 ottobre 2010, che istituisce il gruppo di esperti sullo sviluppo della missione da affidare ai sistemi europei di navigazione satellitare, denominato «Gruppo consultivo sullo sviluppo della missione» (Mission Evolution Advisory Group),

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE:

Articolo 1

All'articolo 4 della decisione, del 6 ottobre 2010, che istituisce il gruppo di esperti sullo sviluppo della missione da affidare ai sistemi europei di navigazione satellitare, denominato «Gruppo consultivo sullo sviluppo della missione» (Mission Evolution Advisory Group), i paragrafi 2 e 3 sono sostituiti dai seguenti:

«2. I membri sono nominati dalla Commissione tra specialisti competenti nei settori di cui all'articolo 2 e tra organizzazioni con esperienza in questi settori che hanno risposto all'invito a presentare candidature.

3. I membri del gruppo sono:

- persone fisiche nominate a titolo personale,
- persone fisiche nominate in rappresentanza di un interesse comune condiviso dalle parti interessate nel campo della navigazione satellitare; esse non rappresentano una singola parte interessata, o
- organizzazioni in senso lato, comprese le imprese, le associazioni, le organizzazioni non governative, i sindacati, le agenzie e gli organismi dell'Unione, nonché le organizzazioni internazionali. Le organizzazioni nominano i propri rappresentanti.»

Articolo 2

La presente decisione entra in vigore il giorno successivo alla pubblicazione nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*. Essa si applica fino al 31 dicembre 2014.

Fatto a Bruxelles, il 6 marzo 2013

Per la Commissione
Antonio TAJANI
Vicepresidente

⁽¹⁾ GU C 271 del 7.10.2010, pag. 2.

⁽²⁾ C(2010) 7649 definitivo, regola n. 9.

⁽³⁾ C(2011) 3624 definitivo.

⁽⁴⁾ C(2010) 7649 definitivo, regola n. 8.

INFORMAZIONI RELATIVE ALLO SPAZIO ECONOMICO EUROPEO

AUTORITÀ DI VIGILANZA EFTA

Informazioni comunicate dagli Stati EFTA sugli aiuti di Stato concessi in virtù della legge di cui al punto 1, lettera j), dell'allegato XV all'accordo SEE [regolamento (CE) n. 800/2008 della Commissione che dichiara alcune categorie di aiuti compatibili con il mercato comune in applicazione degli articoli 87 e 88 del trattato (regolamento generale di esenzione per categoria)]

(2013/C 66/06)

PARTE I

Aiuto n.	GBER 12/12/ENV	
Stato EFTA	Norvegia	
Organismo che concede l'aiuto	Nome	Direzione delle dogane e delle accise (autorità doganali regionali)
	Indirizzo	Postbox 8122 Dep 0032 Oslo NORWAY
	Pagina web	http://www.toll.no
Titolo della misura di aiuto	Riduzione dell'imposta CO ₂ sugli oli minerali utilizzati nel settore dell'aviazione, rientranti nel sistema europeo di scambio delle quote di emissione	
Base giuridica nazionale (riferimento alla pubblicazione nazionale ufficiale rilevante)	— Decisione annuale del Parlamento norvegese relativa all'imposta CO ₂ — Regolamento n. 1451 dell'11 dicembre 2001 relativo alle accise, § 4-6-1 (2)	
Link web al testo integrale della misura di aiuto	http://www.lovddata.no/for/sf/sv/fd-20121127-1217.html e http://www.lovddata.no/for/sf/fd/td-20011211-1451-029.html	
Tipo di misura	Regime	Riduzione d'imposta
Durata	Regime	Dall'1.1.2012 al 31.12.2021
Settori economici interessati	Limitato a settori specifici — Specificare ai sensi della NACE Rev. 2	51.10 — Trasporto aereo di passeggeri 51.21 — Trasporto aereo di merci
Tipo di beneficiario	PMI	PMI e grandi imprese
	Grandi imprese	PMI e grandi imprese
Dotazione	Importo totale annuo della dotazione prevista ai sensi del regime	70 milioni di NOK
Strumento di aiuto (articolo 5)	Misura fiscale	Riduzione d'imposta

PARTE II

Obiettivi generali (elenco)	Obiettivi (elenco)	Intensità massima dell'aiuto in % o importo massimo dell'aiuto in NOK	PMI — Maggiorazione in %
Aiuti per la tutela ambientale (articoli 17-25)	Aiuti sotto forma di sgravi da imposte ambientali (articolo 25)	70 milioni di NOK	

Comunicazione dell'Autorità di vigilanza EFTA sugli attuali tassi di interesse per il recupero degli aiuti di Stato e sui tassi di riferimento/attualizzazione in vigore per tre Stati EFTA, applicabili dal 1° gennaio 2013

[Pubblicata a norma dell'articolo 10 della decisione dell'Autorità n. 195/04/COL del 14 luglio 2004 (GU L 139 del 25.5.2006, pag. 37 e supplemento SEE n. 26/2006 del 25.5.2006, pag. 1)]

(2013/C 66/07)

I tassi di base sono calcolati in conformità al disposto del capitolo sul metodo per stabilire i tassi di riferimento e di attualizzazione della guida sugli aiuti di Stato dell'Autorità, modificata dalla decisione dell'Autorità n. 788/08/COL, del 17 dicembre 2008. Per ottenere il tasso di riferimento applicabile, vanno aggiunti gli opportuni margini come definiti nella guida sugli aiuti di Stato. Per il tasso di attualizzazione questo comporta l'aggiunta di un margine di 100 punti base al tasso di base. Anche il tasso di recupero è di norma calcolato aggiungendo 100 punti base al tasso di base, come previsto nella decisione dell'Autorità n. 789/08/COL, del 17 dicembre 2008, che modifica la decisione dell'Autorità n. 195/04/COL, del 14 luglio 2004 (pubblicata nella GU L 340 del 22.12.2010, pag. 1 e nel supplemento SEE n. 72/2010 del 22.12.2010, pag. 1). I tassi di base sono stati calcolati come segue:

	Islanda	Liechtenstein	Norvegia
1.1.2013-	6,14	0,34	2,39

V

(Avvisi)

PROCEDIMENTI GIURISDIZIONALI

CORTE EFTA

Ricorso proposto il 4 dicembre 2012 dall'Autorità di vigilanza EFTA contro il Principato del Liechtenstein**(Causa E-14/12)**

(2013/C 66/08)

Il 4 dicembre 2012 l'Autorità di vigilanza EFTA, rappresentata da Xavier Lewis, Clémence Perrin e Catherine Howdle, in qualità di agenti, Rue Belliard n. 35, 1040 Bruxelles, Belgium ha presentato alla Corte EFTA un ricorso contro il Principato del Liechtenstein.

L'Autorità di vigilanza EFTA chiede alla Corte EFTA di dichiarare che:

- 1) il Principato del Liechtenstein («Liechtenstein»), mantenendo in vigore disposizioni legislative che impongono alle persone residenti nel Liechtenstein e responsabili di un'agenzia di lavoro temporaneo di costituire una garanzia di 50 000 franchi svizzeri — mentre le persone che svolgono una funzione simile e che risiedono al di fuori del Liechtenstein, e le agenzie che intendono offrire a livello transfrontaliero servizi d'impiego temporaneo, devono costituire una garanzia di 100 000 franchi svizzeri — è venuto meno agli obblighi ad esso incombenti ai sensi dell'articolo 31 e dell'articolo 36 dell'accordo sullo Spazio economico europeo;
- 2) le spese del presente procedimento sono a carico del Principato del Liechtenstein.

Circostanze di fatto e di diritto e motivi addotti a sostegno del ricorso:

- l'Autorità di vigilanza EFTA sostiene che il Liechtenstein non si è conformato a un parere motivato formulato il 25 gennaio 2012 dall'Autorità di vigilanza EFTA sul mancato adempimento degli obblighi ad esso incombenti ai sensi dell'articolo 31 e dell'articolo 36 dell'accordo SEE nel settore del lavoro temporaneo e dei servizi d'impiego,
- le disposizioni del Liechtenstein in questione sono gli articoli 25 e 26 del *Verordnung vom 11. Juli 2000 zum Gesetz über die Arbeitsvermittlung und den Personalverleih* (regolamento dell'11 luglio 2000 relativo al collocamento e ai servizi di lavoro temporaneo),

l'Autorità di vigilanza EFTA sostiene che queste misure della legislazione nazionale del Liechtenstein impongono alle persone residenti in tale paese e responsabili di un'agenzia di lavoro temporaneo l'obbligo di costituire una garanzia di 50 000 franchi svizzeri. La stessa legislazione impone alle persone che svolgono una funzione simile e che risiedono al di fuori del Liechtenstein l'obbligo di costituire una garanzia di 100 000 franchi svizzeri per la prestazione di servizi di lavoro temporaneo. La costituzione di una garanzia di 100 000 franchi svizzeri è anche richiesta alle agenzie di lavoro temporaneo stabilite al di fuori del Liechtenstein e che intendono offrire tali servizi a livello transfrontaliero,

- l'Autorità di vigilanza EFTA sostiene che, mantenendo in vigore tale legislazione nella versione attuale, il Liechtenstein viene meno agli obblighi ad esso incombenti ai sensi dell'articolo 31 e dell'articolo 36 SEE.

Ricorso proposto il 30 novembre 2012 dall'Autorità di vigilanza EFTA contro l'Islanda**(Causa E-12/12)**

(2013/C 66/09)

Il 30 novembre 2012 l'Autorità di vigilanza EFTA, rappresentata da Markus Schneider e Clémence Perrin, in qualità di agenti, Rue Belliard n. 35, 1040 Bruxelles (Belgio), ha presentato ricorso dinanzi alla Corte EFTA contro l'Islanda.

L'Autorità di vigilanza EFTA chiede alla Corte EFTA:

- 1) di dichiarare che, omettendo di adottare o di notificare all'Autorità, entro il termine prescritto, le misure necessarie all'attuazione dell'atto cui è fatto riferimento al punto 7h dell'allegato XIX all'accordo sullo Spazio economico europeo (direttiva 2008/48/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 aprile 2008, relativa ai contratti di credito ai consumatori e che abroga la direttiva 87/102/CEE), quale adattato all'accordo SEE dal protocollo 1 dell'accordo stesso, l'Islanda è venuta meno agli obblighi che le incombono in virtù dell'atto in questione e dell'articolo 7 dell'accordo SEE; e
- 2) di condannare l'Islanda al pagamento delle spese processuali.

Circostanze di fatto e di diritto e motivi adottati a sostegno del ricorso:

- l'Autorità di vigilanza EFTA afferma che l'Islanda è tenuta, ai sensi dell'articolo 27 della direttiva 2008/48/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 aprile 2008 («la direttiva»), e dell'articolo 7 dell'accordo SEE, a prendere le misure necessarie per attuare la direttiva e ad informare l'Autorità di vigilanza EFTA delle misure prese,
 - l'Autorità di vigilanza EFTA sostiene di non aver ricevuto tale comunicazione dal governo islandese e di non essere in possesso di nessun'altra informazione che le permetta di concludere che le misure necessarie ad attuare la direttiva sono state prese,
 - l'Autorità di vigilanza EFTA afferma che l'Islanda è venuta meno agli obblighi che le incombono in virtù dell'articolo 27 della direttiva e dell'articolo 7 dell'accordo SEE poiché non ha adottato o non le ha notificato le misure necessarie ad attuare la direttiva entro i termini prescritti.
-

Ricorso proposto il 30 novembre 2012 dall'Autorità di vigilanza EFTA contro l'Islanda**(Causa E-13/12)**

(2013/C 66/10)

Il 30 novembre 2012 l'Autorità di vigilanza EFTA, rappresentata da Xavier Lewis e Maria Moustakali, in qualità di agenti, Rue Belliard n. 35, 1040 Bruxelles (Belgio), ha presentato ricorso dinanzi alla Corte EFTA contro l'Islanda.

L'autorità di vigilanza EFTA chiede alla Corte EFTA:

- 1) di dichiarare che l'Islanda è venuta meno agli obblighi che le incombono in virtù dell'atto di cui al punto 10 della parte 7.1 del capitolo I dell'allegato I dell'accordo sullo Spazio economico europeo (direttiva 90/167/CEE del Consiglio, del 26 marzo 1990, che stabilisce le condizioni di preparazione, immissione sul mercato ed utilizzazione dei mangimi medicati nella Comunità), quale adattato all'accordo SEE dal protocollo 1 dell'accordo stesso, e dell'articolo 7 dell'accordo SEE poiché non ha adottato o non ha notificato all'Autorità le misure necessarie ad attuare tale atto entro i termini prescritti; e
- 2) di condannare l'Islanda al pagamento delle spese processuali.

Circostanze di fatto e di diritto e motivi adottati a sostegno del ricorso:

- l'Autorità di vigilanza EFTA afferma che l'Islanda è tenuta, ai sensi dell'articolo 15 della direttiva 90/167/CEE del Consiglio, del 26 marzo 1990 («la direttiva»), e dell'articolo 7 dell'accordo SEE, a prendere le misure necessarie per attuare la direttiva e ad informare l'Autorità di vigilanza EFTA delle misure prese,
 - l'Autorità di vigilanza EFTA sostiene di non aver ricevuto tale comunicazione dal governo islandese e di non essere in possesso di nessun'altra informazione che le permetta di concludere che le misure necessarie ad attuare la direttiva sono state prese,
 - l'Autorità di vigilanza EFTA afferma che l'Islanda è venuta meno agli obblighi che le incombono in virtù dell'articolo 15 della direttiva e dell'articolo 7 dell'accordo SEE poiché non ha adottato o non le ha notificato le misure necessarie ad attuare la direttiva entro i termini prescritti.
-

PROCEDIMENTI RELATIVI ALL'ATTUAZIONE DELLA POLITICA DELLA
CONCORRENZA

COMMISSIONE EUROPEA

Notifica preventiva di una concentrazione

(Caso COMP/M.6869 — GM/Ispol)

Caso ammissibile alla procedura semplificata

(Testo rilevante ai fini del SEE)

(2013/C 66/11)

1. In data 1^o marzo 2013 è pervenuta alla Commissione la notifica di un progetto di concentrazione in conformità dell'articolo 4 del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio ⁽¹⁾. Con tale operazione l'impresa General Motors Europe Holdings S.L. («GMEH», Spagna), appartenente al gruppo General Motors Company («GM», USA), acquisisce, ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), del regolamento comunitario sulle concentrazioni, il controllo dell'insieme dell'impresa Ispol Holding BV G («Ispol», Paesi Bassi) mediante acquisto di quote.

2. Le attività svolte dalle imprese interessate sono le seguenti:

- GM: produzione e vendita su scala mondiale di automobili e veicoli commerciali leggeri,
- Ispol: produzione e vendita di motori diesel per autoveicoli.

3. A seguito di un esame preliminare la Commissione ritiene che la concentrazione notificata possa rientrare nel campo d'applicazione del regolamento comunitario sulle concentrazioni. Tuttavia, si riserva la decisione definitiva al riguardo. Si rileva che, ai sensi della comunicazione della Commissione concernente una procedura semplificata per l'esame di determinate concentrazioni a norma del regolamento comunitario sulle concentrazioni ⁽²⁾, il presente caso potrebbe soddisfare le condizioni per l'applicazione della procedura di cui alla comunicazione stessa.

4. La Commissione invita i terzi interessati a presentare eventuali osservazioni sulla concentrazione proposta.

Le osservazioni devono pervenire alla Commissione entro dieci giorni dalla data di pubblicazione della presente comunicazione. Le osservazioni possono essere trasmesse alla Commissione per fax (+32 22964301), per e-mail all'indirizzo COMP-MERGER-REGISTRY@ec.europa.eu o per posta, indicando il riferimento COMP/M.6869 — GM/Ispol, al seguente indirizzo:

Commissione europea
Direzione generale della Concorrenza
Protocollo Concentrazioni
J-70
1049 Bruxelles/Brussel
BELGIQUE/BELGIË

⁽¹⁾ GU L 24 del 29.1.2004, pag. 1 («il regolamento comunitario sulle concentrazioni»).

⁽²⁾ GU C 56 del 5.3.2005, pag. 32 («la comunicazione sulla procedura semplificata»).

PREZZO DEGLI ABBONAMENTI 2013 (IVA esclusa, spese di spedizione ordinaria incluse)

Gazzetta ufficiale dell'UE, serie L + C, unicamente edizione su carta	22 lingue ufficiali dell'UE	1 300 EUR all'anno
Gazzetta ufficiale dell'UE, serie L + C, su carta + DVD annuale	22 lingue ufficiali dell'UE	1 420 EUR all'anno
Gazzetta ufficiale dell'UE, serie L, unicamente edizione su carta	22 lingue ufficiali dell'UE	910 EUR all'anno
Gazzetta ufficiale dell'UE, serie L + C, DVD mensile (cumulativo)	22 lingue ufficiali dell'UE	100 EUR all'anno
Supplemento della Gazzetta ufficiale (serie S — Appalti pubblici), DVD, una edizione alla settimana	multilingue: 23 lingue ufficiali dell'UE	200 EUR all'anno
Gazzetta ufficiale dell'UE, serie C — Concorsi	lingua/e del concorso	50 EUR all'anno

L'abbonamento alla *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*, pubblicata nelle lingue ufficiali dell'Unione europea, è disponibile in 22 versioni linguistiche. Tale abbonamento comprende le serie L (Legislazione) e C (Comunicazioni e informazioni).

Ogni versione linguistica è oggetto di un abbonamento separato.

A norma del regolamento (CE) n. 920/2005 del Consiglio, pubblicato nella Gazzetta ufficiale L 156 del 18 giugno 2005, in base al quale le istituzioni dell'Unione europea sono temporaneamente non vincolate dall'obbligo di redigere tutti gli atti in lingua irlandese e di pubblicarli in tale lingua, le Gazzette ufficiali pubblicate in lingua irlandese vengono commercializzate separatamente.

L'abbonamento al Supplemento della Gazzetta ufficiale (serie S — Appalti pubblici) riunisce le 23 versioni linguistiche ufficiali in un unico DVD multilingue.

L'abbonamento alla *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea* dà diritto a ricevere, su richiesta, i relativi allegati. Gli abbonati sono informati della pubblicazione degli allegati tramite un «Avviso al lettore» inserito nella Gazzetta stessa.

Vendita e abbonamenti

Gli abbonamenti ai diversi periodici a pagamento, come l'abbonamento alla *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*, sono disponibili presso i nostri distributori commerciali. L'elenco dei distributori commerciali è pubblicato al seguente indirizzo:

http://publications.europa.eu/others/agents/index_it.htm

EUR-Lex (<http://eur-lex.europa.eu>) offre un accesso diretto e gratuito al diritto dell'Unione europea. Il sito consente di consultare la *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea* nonché i trattati, la legislazione, la giurisprudenza e gli atti preparatori.

Per ulteriori informazioni sull'Unione europea, consultare il sito: <http://europa.eu>

