



CONCORRENTI

L'importanza di una competizione leale
per tutti gli stakeholder

[G4-DMA Anti-competitive Behavior]

STRATEGIA

Telecom Italia promuove una competizione leale, considerata funzionale ai propri interessi e a quelli di tutti gli operatori di mercato, dei clienti e degli stakeholder in genere, promuovendo e partecipando a iniziative e progetti in collaborazione con i concorrenti, alla gestione di tavoli tecnici e alle attività delle associazioni di categoria.

STAKEHOLDER RILEVANTI

I nostri interlocutori in questo ambito sono:

- gli OLO (Other Licensed Operator), operatori alternativi di telecomunicazioni grandi e piccoli, di rete fissa e di rete mobile;
- l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM);
- l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM);
- le associazioni, le federazioni e le associazioni di categoria:
 - in Italia: Confindustria, CD Confindustria Digitale, Asstel, Assinform, Fondazione Ugo Bordoni, Distretto dell'audiovisivo e dell'ICT, FRT (Federazione Radio e Televisioni), HD Forum (Forum per l'Alta Definizione), DGTVi (l'Associazione nazionale per il digitale terrestre), Auditel, CNID (Comitato Nazionale Italia Digitale);
 - nel mondo: ETNO (European Telecommunications Network Operators' Association), EIF (European Internet Foundation), EABC (European-American Business Council), ITU (International Telecommunication Union), EITO (European Information Technology Observatory), BIAC (Business and Industry Advisory Committee), BEREC (Body of European Regulators for Electronic Communications), GeSI (Global e-Sustainability Initiative).

LA RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER

Telecom Italia gestisce i rapporti associativi e coordina le attività di rappresentanza nei confronti di Confindustria e delle altre associazioni di categoria.

Le iniziative, a livello nazionale e locale, consistono nello svolgimento di azioni e incontri relativi allo sviluppo del business e il presidio degli interessi aziendali sui temi economici, normativi, sindacali e del lavoro. Tali iniziative si basano sul dialogo e sul confronto delle rispettive posizioni al fine di individuare, ove possibile, una posizione comune di settore da rappresentare in sede istituzionale nazionale e comunitaria.

Il Gruppo aderisce a oltre 100 associazioni territoriali tra cui, in particolare, CD Confindustria Digitale e Asstel. Dal 2010 Telecom Italia ha aderito ad Assinform, l'Associazione nazionale delle principali aziende di Information Technology operanti sul mercato italiano, che svolge un ruolo di



collegamento tra le principali forze economiche, politiche e istituzionali per lo sviluppo dell'Italia come sistema Paese, attraverso il ricorso all'innovazione e alle nuove tecnologie.

Insieme agli altri operatori Telecom Italia partecipa alla Fondazione Ugo Bordoni (FUB) il cui scopo è la realizzazione di ricerche e studi nel settore delle comunicazioni e dell'informatica per promuovere il progresso scientifico e l'innovazione tecnologica. La Fondazione, in cui la Pubblica Amministrazione esercita funzioni di gestione e controllo, svolge attività di consulenza nei confronti del Parlamento, del Governo e delle Autorità amministrative indipendenti.

Telecom Italia partecipa anche al Distretto dell'Audiovisivo e dell'ICT, un consorzio di circa 60 imprese che operano nei settori dell'informatica, delle telecomunicazioni e dei media. Patrocinato dal Comune di Roma, dall'Unione degli Industriali e dalla Camera di Commercio di Roma, il Distretto ha l'obiettivo di esprimere e rappresentare, nel proprio ambito, le attività industriali e i servizi che operano nella nuova area economica della grande convergenza o multimedialità.

Telecom Italia Media partecipa a Confindustria Radio Televisioni, associazione per il cui tramite vengono rappresentate le posizioni dell'azienda in tema di frequenze televisive. L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni elabora, avvalendosi anche degli organi del Ministero delle Comunicazioni e sentite la concessionaria pubblica e le associazioni a carattere nazionale dei titolari di emittenti o reti private nel rispetto del piano nazionale di ripartizione delle frequenze, i piani di assegnazione delle frequenze. Confindustria Radio Televisioni è stata costituita a giugno 2013 da Rai, Mediaset, Telecom Italia Media, SKY, La7, le TV locali e le radio associate in FRT (FRT PMI). Per quanto riguarda le altre attività, il Gruppo TI Media è presente in:

- Tivù, società partecipata da Telecom Italia Media al 3,5%, volta a promuovere una piattaforma di servizi unica per il digitale terrestre e il satellitare (TivùSat). A fine 2014 sono state attivate oltre 2 milioni e 300 mila carte per la piattaforma satellitare gratuita;
- HD Forum, l'associazione che promuove lo sviluppo dell'alta definizione nonché iniziative di indirizzo normativo e di standardizzazione.

POSIZIONAMENTO COMPETITIVO

Periodicamente vengono effettuate ricerche quantitative su un campione rappresentativo della popolazione italiana adulta per misurare l'efficacia della pubblicità per la telefonia mobile e per i servizi di telecomunicazione. Tali indagini rilevano la notorietà dei singoli gestori, la conoscenza spontanea e sollecitata della pubblicità, il ricordo attinente e il gradimento della pubblicità.

A partire dal mese di luglio, con cadenza trimestrale, è attivo il monitoraggio della reputazione di Telecom Italia sul web, attraverso una metodologia di ricerca automatica e di catalogazione semi-automatica che analizza il volume delle conversazioni attinenti a Telecom Italia nei siti web italiani più significativi e nei principali social network e consente di ottenere una classificazione in base alla fonte, alla valenza e alla categoria. L'obiettivo è tracciare la percezione in termini di immagine dei brand Telecom Italia e TIM. All'interno di questo processo viene calcolato anche un indice di rischio reputazionale, basato su un algoritmo che pondera l'importanza del sito/canale che ospita il messaggio (audience potenziale), la valenza di tale messaggio (positiva o negativa) e la rilevanza della categoria di conversazione per l'Azienda.

SERVIZI AGLI OLO

La direzione di Telecom Italia National Wholesale Services (NWS) è il punto di riferimento commerciale per gli altri operatori licenziatari OLO (Other Licensed Operator) e ISP (Internet Service Provider) per la fornitura di infrastrutture di rete e servizi, finalizzata alla successiva commercializzazione da parte degli stessi operatori di servizi di comunicazione elettronica alla propria clientela finale. NWS cura le fasi di progettazione pre e post-vendita, raccolta delle esigenze e definizione dell'offerta, contrattualizzazione, vendita, assistenza e fatturazione dei prodotti/servizi forniti. La separazione organizzativa e amministrativa tra le direzioni Retail di Telecom Italia e NWS, che annualmente viene certificata da un ente esterno, assicura il rispetto dei principi di parità di trattamento e di non discriminazione sanciti dalla vigente normativa regolatoria e in particolare dalla Delibera 152/02/CONS.

NWS definisce e propone annualmente le offerte di riferimento per i vari servizi wholesale regolamentati. L'iter di approvazione di ciascuna offerta di riferimento prevede approfondimenti congiunti e revisioni svolte a seguito di chiarimenti richiesti dall'AGCOM, che ne approva i contenuti e controlla l'operato di NWS a garanzia della tutela della concorrenza. L'AGCOM è anche il Garante e l'Autorità di riferimento nelle cause promosse dagli OLO/ISP e dagli utenti finali in materia regolamentare.

Oltre ai servizi regolamentati, NWS prevede un'offerta di infrastrutture e capacità trasmissiva, accesso e trasporto dati, ospitalità di apparati di TLC, outsourcing e tutti i servizi a valore aggiunto



che consentono di “virtualizzare” le reti degli operatori.

Ogni operatore ha un rapporto diretto con il proprio account manager di riferimento nella funzione Marketing & Sales di NWS che acquisisce le richieste del cliente di propria competenza, personalizzando i relativi strumenti contrattuali di offerta nel rispetto degli obblighi regolamentari vigenti. In particolare i contratti relativi ai servizi regolamentati includono clausole che stabiliscono un monitoraggio costante delle diverse fasi di fornitura del servizio, prevedendo che alcuni dei principali indicatori siano oggetto di periodica comunicazione all’AGCOM. Il presidio del cliente avviene pertanto in modo continuativo ed è formalizzato tramite lo svolgimento di conference call, videoconferenze e incontri in cui vengono coinvolte tutte le funzioni aziendali interessate.

Per ulteriori informazioni sulle iniziative di dialogo e di coinvolgimento (Wholesale Forum, Wholesale Tour, Portale Wholesale), nonché sulle iniziative di caring e di rilevazione della soddisfazione degli OLO, si rinvia al sito www.wholesale.telecomitalia.com.

AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI (AGCOM)

Telecom Italia interagisce con l’AGCOM per contribuire al governo del processo regolamentare sui temi ritenuti materiali per l’accrescimento del valore dell’Azienda. In quest’ottica persegue un dialogo leale e un confronto continuo con le Autorità e le istituzioni allo scopo di pervenire a una regolamentazione semplice, efficace e simmetrica. Inoltre il Gruppo mette a disposizione le proprie conoscenze partecipando a consultazioni pubbliche, audizioni istituzionali, convegni, incontri pubblici e presentando apposite memorie e istanze. Il confronto costante con l’AGCOM e le istituzioni fa sì che Telecom Italia ne acquisisca le opinioni, fornendo risposte trasparenti e affidabili, e anticipi gli eventi creando e cogliendo le migliori opportunità per l’Azienda. Per ulteriori informazioni sui riferimenti normativi che regolano consultazioni pubbliche, analisi di mercato, indagini conoscitive e risoluzione di controversie tra operatori si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.

Telecom Italia fornisce le risposte dovute (ad esempio, consultazioni pubbliche, memorie difensive, fornitura dati e informazioni di varia natura, ecc.) garantendo sempre la completezza e l’affidabilità del contributo.

In caso di procedure d’infrazione Telecom Italia presenta memorie, perizie e altri scritti difensivi, chiedendo di essere sentita dal responsabile del procedimento sui fatti oggetto di contestazione. Telecom Italia, inoltre, valuta l’opportunità di presentare una proposta, previa cessazione della condotta contestata, finalizzata a migliorare le condizioni della concorrenza nel settore rimuovendo le conseguenze anticompetitive attraverso idonee e stabili misure.

AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO (AGCM)

Nell'ambito della tutela della concorrenza e del consumatore il Gruppo Telecom Italia interagisce con l'Antitrust sia in via preventiva sia in occasione dei procedimenti da questa avviati.

Oltre a rispondere alle richieste pervenute dall'Autorità, le funzioni aziendali organizzano periodicamente e in via preventiva degli incontri informativi con l'obiettivo di agevolare, in ottica di trasparenza, la comprensione dell'evoluzione del mercato e gli effetti sulle aree di competenza della stessa Autorità.

Tra le materie oggetto d'informazione preventiva si citano l'evoluzione dell'offerta del Gruppo, il posizionamento aziendale su temi strategici come l'evoluzione della rete di accesso e la Net Neutrality, l'evoluzione dei criteri adottati per la determinazione dei prezzi in mercati nei quali l'Azienda è in posizione dominante, le caratteristiche tecniche ed economiche di alcune offerte contestate dai concorrenti.

In caso di apertura di procedimenti di contestazione, il Gruppo fa valere le proprie ragioni nelle sedi opportune in alcuni casi presentando all'Autorità impegni che fanno venir meno i presunti profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria. L'Autorità, valutati tali impegni, può renderli obbligatori e chiudere il procedimento senza irrogare alcuna sanzione pecuniaria.

All'interno dell'Azienda esistono controlli preventivi sui processi, con impatti potenzialmente rilevanti ai fini Antitrust come, per esempio, la predisposizione dei piani di marketing, l'evoluzione della contrattualistica, le condizioni di offerta dei servizi di telecomunicazioni, l'evoluzione dei sistemi informativi aziendali. I controlli mirano ad assicurare che la gestione operativa dei processi tenga in considerazione tali impatti potenziali. Per sensibilizzare e diffondere un corretto approccio al tema, a seguito del programma di formazione online avviato nel 2010, nel corso del 2013 è stato proposto al management uno specifico corso formativo in aula sull'applicazione della normativa sulla concorrenza. Nel 2014 l'attività formativa è proseguita nei confronti del personale appartenente alla funzione NWS.



IMPEGNI RELATIVI ALLA RETE DI ACCESSO

Nel dicembre 2008 l'AGCOM ha approvato gli impegni volontari presentati da Telecom Italia con la Delibera 718/08/CONS, suddivisi in 14 gruppi (ai quali vanno aggiunti ulteriori 3 gruppi di tipo metodologico: variazione, scadenza, modulazione). L'impatto degli impegni sugli stakeholder interni (Azionisti) ed esterni (Clienti, Istituzioni, Concorrenti, Comunità) è riconducibile a differenti aspetti. In particolare:

- maggiore soddisfazione dei clienti wholesale e retail, ottenibile grazie alla promozione dell'innovazione nei processi interni, lo sviluppo e il miglioramento qualitativo della rete fissa d'accesso e dei relativi servizi, la riduzione del contenzioso;
- sviluppo della competizione leale tra concorrenti, considerata funzionale all'interesse del Gruppo, del mercato, dei clienti e degli stakeholder in genere, promuovendo la parità di trattamento tecnica ed economica tra le funzioni commerciali di Telecom Italia e gli altri operatori;
- mantenimento di condizioni concorrenziali nella transizione verso le reti di nuova generazione, per assicurare la realizzazione di una rete aperta in grado di offrire alla Comunità servizi di qualità elevata;
- evoluzione della rete fissa d'accesso più trasparente per i concorrenti e le istituzioni attraverso la comunicazione dei piani tecnici per la qualità e lo sviluppo delle infrastrutture;
- recepimento delle istanze provenienti dall'AGCOM, dalle associazioni dei consumatori e dagli operatori alternativi, contribuendo a sviluppare un modello di relazione e di soluzione dei problemi attraverso rapporti costruttivi, fondati su un clima di fiducia e di confronto continuo.

Fondamentali per gli impegni sono lo sviluppo di una nuova cultura centrata sul concetto di Equivalence¹ e il ruolo di Open Access, struttura aziendale responsabile della fornitura dei servizi di accesso alla direzione commerciale Retail di Telecom Italia e agli operatori alternativi attraverso NWS (per ulteriori informazioni cfr. Servizi agli OLO). La rete di accesso è un'infrastruttura di primaria importanza per l'intero Paese attraverso la quale i player alternativi di mercato collegano le proprie infrastrutture e offrono servizi alla Comunità. Le attività di Open Access e NWS per la produzione e la vendita di servizi di accesso sono separate e gestite autonomamente dalle altre funzioni commerciali del Gruppo Telecom Italia. Sempre nel 2008 è stato costituito l'Organo di Vigilanza, un Comitato di garanzia che verifica la corretta esecuzione degli impegni, la parità di accesso degli altri operatori all'infrastruttura di rete fissa e il raggiungimento degli obiettivi di qualità del servizio.

¹ Il concetto di Equivalence, introdotto con la Delibera 718 del 2008 supera il concetto di parità di trattamento di cui alla Delibera 152 del 2002. In sintesi "essere equivalenti" significa:

- porre in essere comportamenti non discriminatori nei confronti dei concorrenti; ovvero servire i clienti degli altri operatori come fossero clienti retail di Telecom Italia, fornendo cioè gli stessi servizi alle stesse condizioni e, soprattutto, con un identico livello di qualità;
- assicurare trasparenza al mercato, rendendo pubbliche le informazioni tecniche, economiche e commerciali, che includono i termini e le condizioni per la fornitura e l'uso dei servizi, le caratteristiche e i piani di sviluppo della rete di accesso;
- garantire l'accesso e l'uso delle risorse di rete, accogliendo tutte le richieste ragionevoli degli OLO;
- definire prezzi orientati ai costi disponendo di contabilità specifiche degli stessi.

A fine 2011 AGCOM, con delibera 600/11/CONS, ha riconosciuto la piena attuazione degli impegni da parte di Telecom Italia, pur proseguendo le attività di monitoraggio specialmente con riferimento ad alcuni aspetti di particolare rilevanza rispetto alle garanzie di Equivalence (nuovo sistema di provisioning, data base informativi e indicatori di parità di trattamento).

A valle della delibera AGCOM 1/12/CONS con cui Telecom Italia è stata designata operatore avente significativo potere di mercato anche sui servizi di accesso NGAN, a partire dal luglio 2012 il modello di equivalence è stato esteso anche a tali servizi.

Il modello di equivalence, costantemente presidiato dall'AGCOM e dall'Organo di Vigilanza, è evoluto accogliendo le disposizioni recentemente definite dall'Autorità in merito allo sviluppo delle reti di nuova generazione con particolare riferimento alle modalità di realizzazione degli obblighi di co-locazione e accesso al cabinet (delibere 747/13/CONS e 155/14/CONS).

RELAZIONI CON LE AUTORITÀ PER LA REGOLAMENTAZIONE E LA CONCORRENZA IN BRASILE

TIM Brasil mantiene relazioni partecipative e collaborative con ANATEL e CADE, le autorità che si occupano, rispettivamente, di regolamentazione nel settore delle telecomunicazioni e di concorrenza e mercato.

Con ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações) TIM Brasil coopera per lo sviluppo del dibattito su un quadro regolatorio delle telecomunicazioni che faciliti la crescita del settore e dell'intera economia. Il dialogo è volto principalmente all'identificazione dei temi più rilevanti e alla riduzione delle barriere tipiche del settore, in particolar modo per lo sviluppo di importanti testi regolatori su temi come la gestione dello spettro delle frequenze, la qualità del servizio, l'interconnessione e la condivisione della rete, la copertura delle aree rurali.

TIM Brasil ha una relazione trasparente e collaborative con CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica), verso il quale ha l'obbligo di notificare fusioni, acquisizioni e accordi, e di fornire per tempo l'informativa richiesta. Inoltre, l'azienda promuove dibattiti e studi e coopera con le istituzioni accademiche per sostenere la ricerca sulle politiche in merito al mercato e alla competizione in Brasile.