



POLICY TALK

ANTITRUST E INNOVAZIONE

**L'Europa a un bivio nella convergenza tra device,
piattaforme, reti e contenuti**

19 luglio 2018



***ANTITRUST & INNOVAZIONE:
NIHIL SUB SOLE NOVUM?***

Art. 101 (Trattato di funzionamento dell'Unione Europea)

1. Sono incompatibili con il mercato interno e vietati tutti gli accordi tra imprese, tutte le decisioni di associazioni di imprese e tutte le pratiche concordate che possano pregiudicare il commercio tra Stati membri e che abbiano per oggetto o per effetto di impedire, restringere o falsare il gioco della concorrenza all'interno del mercato interno ed in particolare quelli consistenti nel:

- **a) fissare direttamente o** indirettamente i prezzi d'acquisto o di vendita ovvero altre condizioni di transazione;
- **b) limitare o controllare** la produzione, gli sbocchi, lo sviluppo tecnico o gli investimenti;
- **c) ripartire i mercati o le** fonti di approvvigionamento;
- **d) applicare, nei rapporti** commerciali con gli altri contraenti, condizioni dissimili per prestazioni equivalenti, così da determinare per questi ultimi uno svantaggio nella concorrenza;
- **e) subordinare la conclusione** di contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari, che, per loro natura o secondo gli usi commerciali, non abbiano alcun nesso con l'oggetto dei contratti stessi.

2. Gli accordi o decisioni, vietati in virtù del presente articolo, sono nulli di pieno diritto.

3. Tuttavia, le disposizioni del par.1 possono essere dichiarate inapplicabili:

- a qualsiasi accordo o categoria di accordi fra imprese,
- a qualsiasi decisione o categoria di decisioni di associazioni di imprese, e
- a qualsiasi pratica concordata o categoria di pratiche concordate, che contribuiscano a migliorare la produzione o la distribuzione dei prodotti o a promuovere il progresso tecnico o economico, pur riservando agli utilizzatori una congrua parte dell'utile che ne deriva, ed evitando di:
 - **a) imporre alle imprese interessate** restrizioni che non siano indispensabili per raggiungere tali obiettivi;
 - **b) dare a tali imprese la** possibilità di eliminare la concorrenza per una parte sostanziale dei prodotti di cui trattasi.

Art. 102 (Trattato di funzionamento dell'Unione Europea)

È incompatibile con il mercato interno e vietato, nella misura in cui possa essere pregiudizievole al commercio tra Stati membri, lo sfruttamento abusivo da parte di una o più imprese di una posizione dominante sul mercato interno o su una parte sostanziale di questo.

Tali pratiche abusive possono consistere in particolare:

- a) **nell'imporre direttamente** od indirettamente prezzi d'acquisto, di vendita od altre condizioni di transazione non eque;
- b) **nel limitare la produzione**, gli sbocchi o lo sviluppo tecnico, a danno dei consumatori;
- c) **nell'applicare nei rapporti** commerciali con gli altri contraenti condizioni dissimili per prestazioni equivalenti, determinando così per questi ultimi uno svantaggio per la concorrenza;
- d) **nel subordinare la conclusione** di contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari, che, per loro natura o secondo gli usi commerciali, non abbiano alcun nesso con l'oggetto dei contratti stessi.

Legge n. 287/1990

Art. 3.

Abuso di posizione dominante

1. È vietato l'abuso da parte di una o più imprese di una posizione dominante all'interno del mercato nazionale o in una sua parte rilevante, ed inoltre è vietato:

- a) imporre direttamente o indirettamente prezzi di acquisto, di vendita o altre condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose;
- b) impedire o limitare la produzione, gli sbocchi o gli accessi al mercato, lo sviluppo tecnico o il progresso tecnologico, a danno dei consumatori;
- c) applicare nei rapporti commerciali con altri contraenti condizioni oggettivamente diverse per prestazioni equivalenti, così da determinare per essi ingiustificati svantaggi nella concorrenza;
- d) subordinare la conclusione dei contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari che, per loro natura e secondo gli usi commerciali, non abbiano alcuna connessione con l'oggetto dei contratti stessi.

Art. 4.

Deroghe al divieto di intese restrittive della libertà di concorrenza

1. L'Autorità può autorizzare, con proprio provvedimento, per un periodo limitato, intese o categorie di intese vietate ai sensi dell'articolo 2, che diano luogo a miglioramenti nelle condizioni di offerta sul mercato i quali abbiano effetti tali da comportare un sostanziale beneficio per i consumatori e che siano individuati anche tenendo conto della necessità di assicurare alle imprese la necessaria concorrenzialità sul piano internazionale e connessi in particolare con l'aumento della produzione, o con il miglioramento qualitativo della produzione stessa o della distribuzione ovvero con il progresso tecnico o tecnologico. L'autorizzazione non può comunque consentire restrizioni non strettamente necessarie al raggiungimento delle finalità di cui al presente comma né può consentire che risulti eliminata la concorrenza da una parte sostanziale del mercato.

2. L'Autorità può revocare il provvedimento di autorizzazione in deroga di cui al comma 1, previa diffida, qualora l'interessato abusi dell'autorizzazione ovvero quando venga meno alcuno dei presupposti per l'autorizzazione.

3. La richiesta di autorizzazione è presentata all'Autorità, che si avvale dei poteri di istruttoria di cui all'articolo 14 e provvede entro centoventi giorni dalla presentazione della richiesta stessa.

QUALCHE ELEMENTO DI CUI TENERE CONTO

- Mercati fisici vs. intangibili/virtuali (*information goods* vs. *industrial goods*)
- Statica vs. Dinamica di mercato
- Presenza diffusa di effetti di rete (il benessere del consumatore aumenta all'aumento dei partecipanti)
- Prezzi bassi o addirittura nulli
- Ruolo delle piattaforme e presenza di mercati a più versanti
- Standardizzazione e interoperabilità
- Modelli proprietari e open source
- In presenza di ecosistemi innovativi, presenza contestuale di cooperazione e competizione
- Presenza di esternalità concorrenziali positive su altri mercati grazie ad ecosistemi innovativi

LE NUOVE (E VECCHIE) SFIDE PER LE AUTORITÀ ANTITRUST (E NON SOLO)

- Bilanciamento rischi di *over-enforcement* e di *under-enforcement*
- Il timing degli interventi (possibile *mismatch* tra tempo giuridico e tempo reale)
- Regolazione vs. concorrenza
- Algoritmi e collusione tacita
- I dati possono essere considerati una *essential facility*?
- La convergenza tra antitrust, tutela dei consumatori e privacy
- Qualità dell'informazione: *free speech* vs. oggettività

CASI UE

IL PROCEDIMENTO

Nel **2004** la Commissione ha adottato una decisione nella quale si constatava che Microsoft aveva **abusato** della sua **posizione dominante** sfruttando sui mercati dei **sistemi operativi** e dei **media player** il suo quasi monopolio sul mercato dei sistemi operativi per PC

LE MOTIVAZIONI

- Microsoft avrebbe abusato del proprio **potere di mercato**:
 - **limitando** deliberatamente l'**interoperabilità** tra **PC** che operano in Windows e **server per gruppi di lavoro non Microsoft**
 - **abbinando** il proprio programma **Windows Media Player (WMP)** a **Windows**, il proprio sistema operativo presente su praticamente tutti i PC.

SECONDO LA COMMISSIONE

- Questo comportamento illegale avrebbe
 - consentito a Microsoft di acquisire una **posizione dominante** sul mercato dei **sistemi operativi per server** «per gruppi di lavoro, che rivestono importanza essenziale per le reti IT delle imprese
 - significativamente **indebolito** la **concorrenza** sul mercato dei **media player**.
- Gli **abusi frenano l'innovazione** e **danneggiano** il gioco della **concorrenza** ed i consumatori (scelta minore a prezzi più elevati)
- La Commissione impose un'ammenda di **497,2** milioni di euro.

INTERNET EXPLORER

- A dicembre 2009 la Commissione ha adottato una decisione relativa a un procedimento a norma dell'articolo 102 del TFUE che ha reso **vincolanti** gli **impegni offerti** da **Microsoft** per rispondere alle riserve della Commissione.
- Le riserve preliminari della Commissione riguardavano la **vendita abbinata** del **browser Internet Explorer** di **Microsoft** con **Windows**, il suo sistema operativo dominante per PC client.
- **Microsoft** si era impegnata:
 - a offrire agli utilizzatori di Windows la possibilità di **scegliere fra diversi browser web** attraverso una **schermata di scelta** in Windows XP, Windows Vista, Windows 7 e nei sistemi operativi Windows per PC client venduti dopo Windows 7.
 - a mettere la schermata di scelta **a disposizione** degli **utilizzatori** di **Windows** che hanno **Internet Explorer** come **browser web predefinito**.
- Nella pratica, **Microsoft non** ha messo la **schermata** di scelta a disposizione di tutti gli utilizzatori interessati.
- Per tale ragione, la **Commissione** ha ritenuto che Microsoft abbia dato prova di **negligenza** e l'ha nuovamente **multata** nel **2013**

IL PROCEDIMENTO

- Sanzionato nel **2009** per **abuso** di **posizione dominante** nel mercato dei **processori x86**
 - Multa di **1,06 miliardi** di euro in violazione dell'art. 102 TFUE

LE MOTIVAZIONI

- Intel avrebbe utilizzato una strategia volta a estromettere dal mercato il suo unico concorrente effettivo, Advanced Micro Devices, Inc.
- A tale fine avrebbe adottato varie misure nei confronti dei propri clienti (produttori di computer) e del rivenditore europeo di dispositivi microelettronici Media-Saturn-Holding
 - Avrebbe applicato a **quattro** importanti **produttori** di **computer** (Dell, Lenovo, HP e NEC) **sconti condizionati** al fatto che questi si rifornissero presso Intel per tutto, o quasi tutto, il loro fabbisogno di processori x86.
 - Avrebbe accordato **pagamenti** a **Media-Saturn** sottoposti alla **condizione** che quest'ultima vendesse **esclusivamente** computer dotati di processori x86 di Intel.

SECONDO LA COMMISSIONE

- Gli **sconti** e i **pagamenti** gestiti da Intel
 - hanno **garantito** la **fedeltà** dei quattro produttori sopra menzionati e di **Media-Saturn**
 - hanno **ridotto** in modo significativo la **capacità** dei **concorrenti** di Intel di misurarsi con una concorrenza fondata sui meriti dei loro processori x86.
- Il comportamento **anticoncorrenziale** di Intel ha quindi determinato una **riduzione della scelta offerta** ai consumatori nonché degli **incentivi all'innovazione**.

IL PROCEDIMENTO

- Nel giugno 2017 la **Commissione** ha adottato una decisione secondo la quale **Google** ha commesso un abuso nei **mercati** rilevanti dei **servizi di ricerca generica**
- Nel dettaglio avrebbe riservato un **trattamento** più **favorevole**, in termini di **posizionamento** e di visualizzazione, nelle proprie pagine generali dei risultati di ricerca, al **proprio servizio di acquisti comparativi** rispetto ai servizi di acquisti comparativi concorrenti.

LE MOTIVAZIONI

- Il comportamento posto in atto da Google è stato ritenuto abusivo in quanto:
 - **devia il traffico** dai servizi di acquisti comparativi della **concorrenza verso il servizio** di acquisti comparativi di **Google** (riduce il traffico dalle pagine di Google che mostrano i risultati generali delle ricerche verso i servizi di acquisti comparativi concorrenti e aumenta il traffico dalle pagine generali dei risultati di ricerca di Google verso il servizio di acquisti comparativi di Google)
 - è probabile che abbia **effetti anticoncorrenziali** nei mercati nazionali dei servizi di **acquisti comparativi** e dei servizi di **ricerca generica**

SECONDO LA COMMISSIONE

- Il comportamento di Google può:
 - precludere ai concorrenti l'accesso al mercato dei servizi di acquisti comparativi → **aumento costi** per **operatori** commerciali, **prezzi** per i **consumatori** e **minore innovazione**.
 - ridurre l'**accesso** dei **consumatori** ai servizi di **acquisti comparativi** più **pertinenti**.

IL PROCEDIMENTO

- Nell'aprile 2016, la **Commissione** ha informato **Google** di portare avanti indagini relative al presunto abuso di posizione dominante di quest'ultimo, per la presunta imposizione di restrizioni nei confronti dei produttori di device Android e degli operatori di rete mobile.
- In particolare, la Commissione era interessata a 3 aspetti:
 - **Pre-installazione.** La presunta richiesta di Google di pre-installare di default Google Search e Google Chrome browser e di settare Google Search come browser impostato di default (condizione per licenziare le altre app proprietarie Google).
 - **Anti-frammentazione.** Il presunto impedimento nei confronti dei produttori a vendere cellulari che montano sistemi operative rivali basati sul codice open source di Android.
 - **Incentivi monetari.** L'aver concesso a produttori e operatori mobile incentivi monetari a condizione che questi avessero installato in esclusiva Google Search sui propri device

SECONDO LA COMMISSIONE (Sentenza di ieri) Google avrebbe:

- Imposto ai produttori di **preinstallate** l'applicazione **Google Search** e la sua applicazione di browsing (Chrome) come **condizione** per la concessione della licenza relativa al portale di vendita di applicazioni di Google (Play Store);
- **Pagato** alcuni grandi produttori e operatori di reti mobili affinché **pre-installassero** a titolo esclusivo l'applicazione **Google Search** sui loro dispositivi;
- **Impedito** ai produttori che desideravano pre-installare le applicazioni Google di **vendere** anche un solo **dispositivo** mobile intelligente funzionante con **versioni alternative** di **Android** non approvate da Google (le cosiddette "Android forks").
- La Commissione ha comminato un'ammenda €4.342,8 milioni e imposto di porre fine a tali condotte entro 90 giorni

L'APP ECONOMY

LA NASCITA DELL'APP ECONOMY

- Nata quando i **social network** ed i **sistemi operativi** hanno **aperto** le loro **piattaforme** agli **sviluppatori** (Zynga, prospetto informativo per quotazione NASDAQ, 2012)

LO SCOPO

- **Migliorare** l'esperienza d'**uso** e fornire **servizi** agli **utenti**

GLI EFFETTI

- **Trasformazione** dei processi di **creazione**, **distribuzione** e **consumo** dei contenuti digitali.

IL PERIMETRO

- **attività** (ideazione, produzione e distribuzione di applicazioni mobili)
- **attori** protagonisti del mercato.

«KILLER APPLICATION»

- Lancio **iPhone 3G** (giugno 2008) e di un **app store proprietario** ad esso **collegato** (luglio successivo)
 - I **programmatori terzi** possono sviluppare **app dedicate**
 - Le app sono **distribuite** sui **device** della Mela con la formula del **revenue sharing**.

I COMPETITOR

Manifatturieri

- Ovi Store (Nokia)
- Blackberry App World

TLC

- TIM Appl. Store
- Vodafone app store

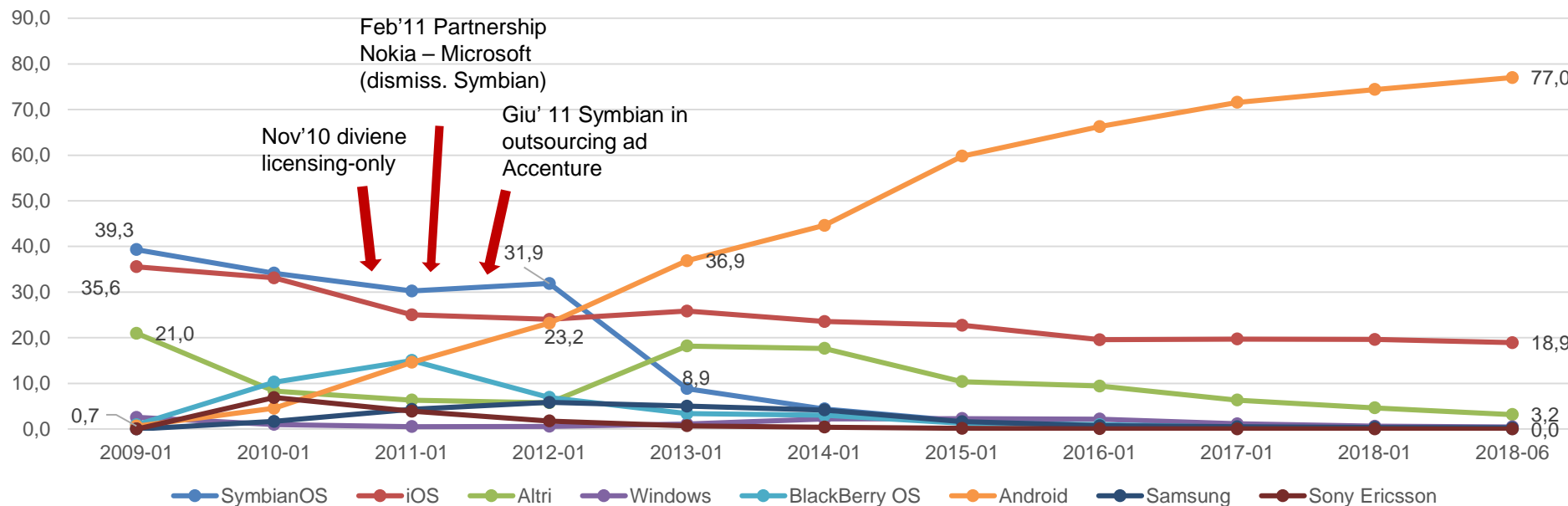
Software

- Skype app store
- Opera mini app store

ANDROID E GOOGLE PLAY

- Lancio sistema operativo ANDROID
- Sviluppato sul kernel Linux
- Trasversale rispetto ai device
- Maggiore apertura per utenti e sviluppatori

Le quote di mercato dei sistemi operativi (gen '09 – giu '18)

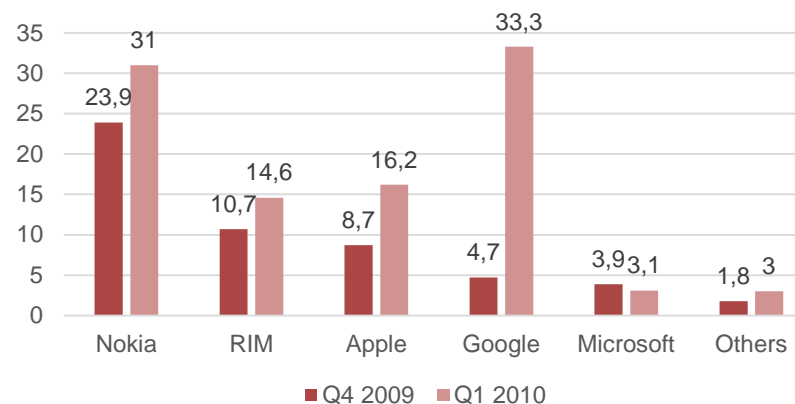


Fonte: StatCounter.com

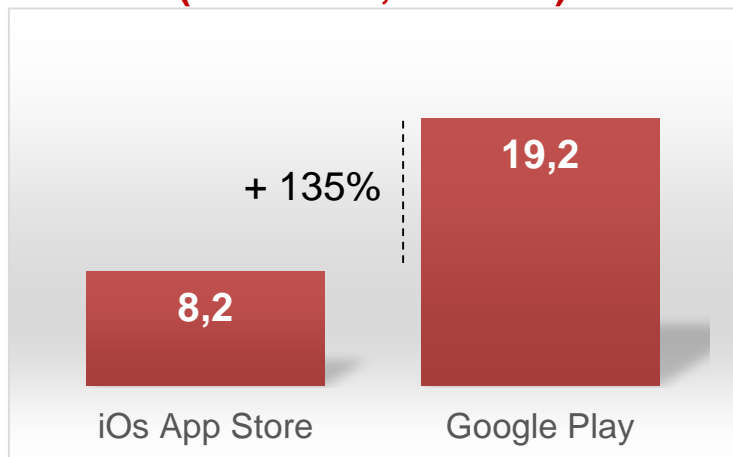
TREND

- Android da 0,7 a 77%
- Apple da 35,6% a 18,9%
- Symbian da 39,3% a 0,1%
- Altri (inclusi Windows, Blackberry, Samsung e Sony Ericsson) da 24,5% a 4%

Spedizioni mondiali di smartphone (in milioni, Q4 2009 - Q1 2010)



N. di download per Application store (in miliardi, 1Q 2018)

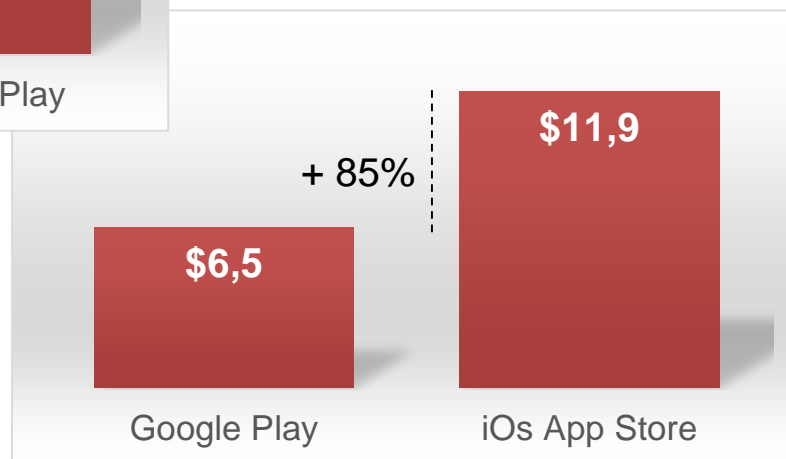


Fonte: App Annie

CARATTERISTICHE OFFERTA

- **ANDROID:** n. maggiore di app scaricate
- **iOS:** Maggiori ricavi

Revenues per Application store (in miliardi, 1Q 2018)

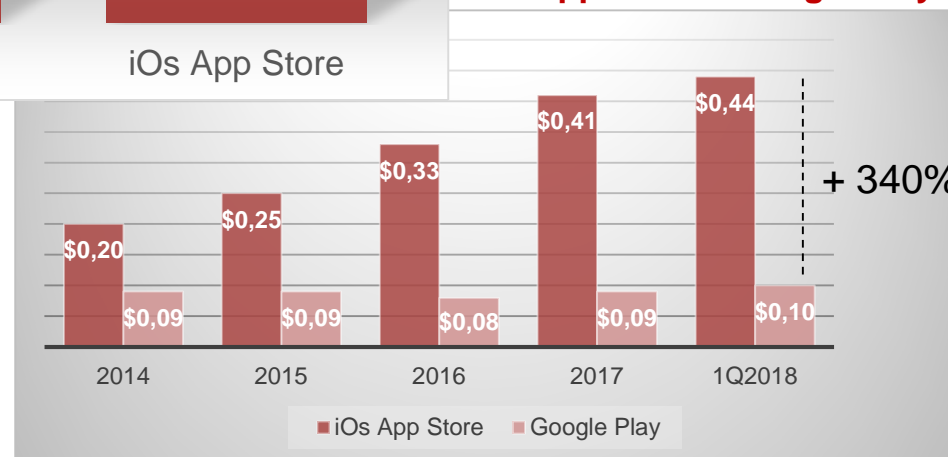


Fonte: App Annie

iOS

- Pubblico **High Spending**
- Maggiore appeal **sviluppatori** rispetto **app pay**

Net revenue per download su App store e Google Play



Fonte: Sensor Tower, Morgan Stanley Research

Nota: revenue calcolate sul netto corrisposto agli sviluppatori

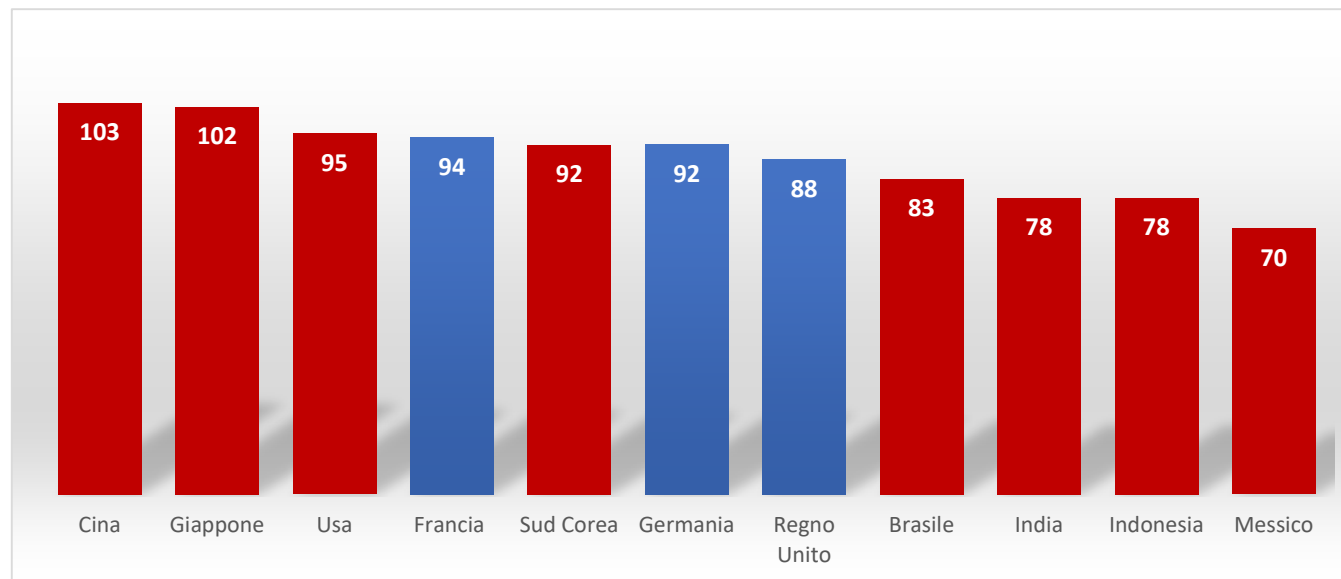
GOOGLE PLAY

- N. maggiore di app gratuite (ads o freemium)
- Costi di sviluppo app maggiori e no selezione all'ingresso

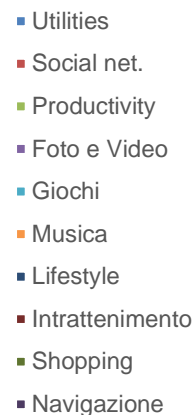
APP PRECARICATE VS APP TOTALI

- App Annie stima che mediamente su uno smartphone vengono **precaricate 40 app**
- In **Francia, Germania e Regno Unito** gli utenti hanno tra le **88** e le **94** app
- Circa **50 nuove** installazioni
- **App preinstallate** dei gestori **SO** (tools di iPhone e Utilities di cell. Android) sono una **piccola parte** delle app usate mensilmente dagli utenti (**20% e 19%** del tot.)
- **Maggiore uso app preinstallate iPhone** (5,8 vs 4,7)

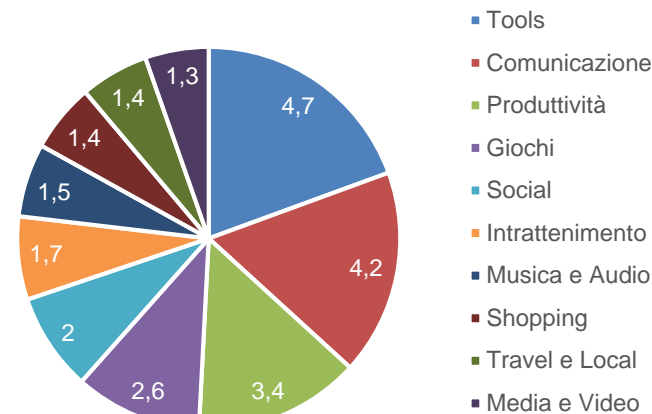
N. medio di app presenti sugli smartphone Android e iOS per Paese (Fonte: App Annie, 2017)



N. medio di app utilizzate mensilmente su iPhone (per utente, 1Q2017, Usa)



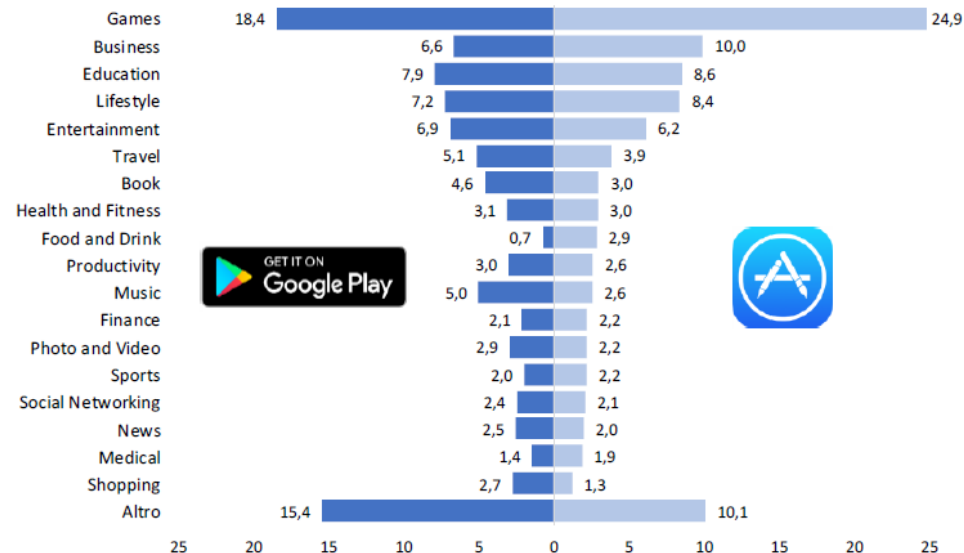
N. medio di app utilizzate mensilmente su cell. Android (per utente, 1Q2017, Usa)



TIPOLOGIA APP SCARICATE

- Presentano distribuzioni piuttosto simili
- La maggior parte delle applicazioni fanno capo a **giochi, education, business, lifestyle e intrattenimento.**

APP per principali categorie (in %, 2017)



Top 10 APP per download nei due principali store (2017)

APP	Impresa	Data di rilascio	APP	Impresa	Data di rilascio
Facebook	Facebook	dic-11	Facebook	Facebook	lug-08
WhatsApp Messenger	Facebook	gen-12	Facebook Messenger	Facebook	ago-11
Facebook Messenger	Facebook	nov-11	YouTube	Google	set-12
Instagram	Facebook	mar-12	Instagram	Facebook	ott-10
Clean Master	Cheetah Mobile	set-12	Skype	Microsoft	mar-09
Skype	Microsoft	nov-11	WhatsApp Messenger	Facebook	mag-09
Line	Line	gen-12	Find My iPhone	Apple	giu-10
Viber	Rakuten	ott-11	Google Maps	Google	dic-12
Twitter	Twitter	nov-11	Twitter	Twitter	ott-09
Flashlight by Surpax	Surpax	gen-12	iTunes	Apple	gen-12

Fonte: Elaborazioni AGCOM su dati Statista.com e AppBrain.com

- 2 tra le 10 app più scaricate su iOS sono di **Google: YouTube e Google Maps**
- No app Apple su Google Play (non c'è compatibilità)
- App **non preinstallate**: successo dipende dalle caratteristiche delle applicazioni: es Google **Maps** vs **"Mappe"** di Apple

Come stabilire in quale misura il successo di un app deriva dal suo pre-caricamento e quanto dalla sua qualità?

DISTINZIONE TRA MOTORE DI RICERCA E BROWSER

Software (o app o barra di ricerca) per cercare i risultati **vs** Software (o App) di navigazione

MOTORE DI RICERCA

- Dati Commissione: su Windows Mobile il **Search** di **Google** è utilizzati solo dal **25%** degli utenti

GOOGLE SEARCH

- Qualità evidente
- Disponibile senza app (basta navigare sito Google)

BROWSER

CHROME: preinstallato nella suite di Android

SAFARI: preinstallato nella suite di iOS

SAMSUNG: preinstallato sugli smartphone e disponibile per scaricamento (oltre 500 milioni di download)

ALTRI: decine di browser integrati sugli smartphone o disponibili sugli app store



COME ISOLARE E IDENTIFICARE IL TASSO DI SOSTITUZIONE DEL SEARCH?

La filiera a Monte dei servizi internet

Fonte: Relaz. AGCOM sulla pubblicità (2014)

Servizi internet (search, social network, portali,...)

Browser

Applicazione 2

Applicazione 3

API
Software della piattaforma (sistema operativo,...)

Apparecchio
(desktop, laptop, tablet, smartphone,...)

BROWSER NON PIU' CENTRALE

Con l'avvento della app economy, la maggior parte delle info e dei dati transita per le app, pertanto si è ridotta la centralità del browser (AGCOM)

2 ECOSISTEMI A CONFRONTO

APPLE

- **Integrazione verticale** tra **device** e **SO**
- Produzione di **pochi modelli** di punta
- **SO sviluppato** in **parallelo** e compatibilmente con i **modelli** sviluppati **in-house**



WALLED GARDEN

- Sistema **chiuso** e **incompatibile** con altre **device**, **SO** e **application store**
- Necessità di **coinvolgere** gli **utenti** nel proprio **ecosistema** in modo quasi **integrale** sia a livello **hardware** (smartphone, tablet, desktop) che **software** (MacOs, iOS, App Store etc..)



- Mantenimento caratteristiche di **esclusività**
- **Quote di mercato minori** (e relativamente costanti)

GOOGLE

- Sviluppato su kernel **Linux**
- Sviluppo **SO aperto** e **trasversale** rispetto all'industria **manifatturiera**
- Compatibile con circa **1300 brand** e **16-24mila** modelli (fonte: XDA e Open Signal)



CONTROINDICAZIONI

PERDITA INTEROPERABILITA'

- tra le **diverse versioni** del **SO** montate sui diversi device
- La possibilità di sviluppare **SO alternativi** presenta:
- Per gli **SVILUPPATORI** il rischio di dover sviluppare una **diverente versione** di ogni **singola app** per **ogni versione** del **SO**
 - Per gli **UTENTI**, il rischio di non trovare l'**app desiderata** nella versione **compatibile** con il proprio smartphone



CONSEGUENZE

- Convergenza verso un sistema **unificato** ma **aperto** e **trasversale**
- **Mercato in costante sviluppo**

GESTIONE DELL'INTEROPERABILITA'

- **L'Open Handset Alliance** (l'associazione di operatori di rete, compagnie di sviluppatori e produttori di smartphone che ha sviluppato il SO Android):
 - **Penalizza** i device **“incompatibili”** (che non rispettano determinate **specifiche** tecniche di **compatibilità**)
 - In tali casi può **rifiutare** di **concedere** in **licenza** le sue app, in particolare il **Play Store**

QUESTO LIVELLO MINIMO DI UNIFORMITÀ

- Garantisce che le **app funzionino** bene su **tutti i device**
- **Migliora l'esperienza** d'uso per gli utenti
- **Riduce i costi di sviluppo**

Per tali ragioni, i **programmatori** che sviluppano **app** per **Android** hanno **lodato** queste **misure anti-frammentazione**, **ribattezzando** il relativo **rilievo** della **Commissione** come **«un disastro»**

L'ATTUALE MODELLO ANDROID

- Permette di offrire il sistema operativo **gratuitamente**
- **Abbassa** il **prezzo** finale dei **terminali** rispetto ai competitor (es Apple)
- **Compensa** l'assenza di **proventi** derivanti dalle licenze **con** la ricerca di **profitti** derivanti da **pubblicità**
 - Vengono pre-caricate **app proprietarie**
 - Sono stati conclusi **accordi di revenue sharing** con operatori di rete e produttori di cellulari → **incentivi** economici se **inseriscono** tali **servizi** in **posizioni preminenti**
- Determina una **Win – Win** situation per **produttori, sviluppatori e consumatori**

L'INCHIESTA DELLA COMMISSIONE

- Si basa sull'idea che:
 - Sia possibile **modificare** la **strategia** senza **minare** questo **ecosistema**
 - Probabilmente **non** considera tale **complessità** della sua **interezza**
- **Determina** che le **imprese** con **grandi** quote di mercato **non possano favorire i propri servizi** rispetto a quelli dei competitor

RISCHIO DI SPOSTAMENTO DELL'INTERA APP ECONOMY VERSO IL MODELLO WALLED GARDEN

- Tale anti-discrimination policy favorisce gli operatori che si orientano verso piattaforme chiuse → prezzi più alti, minore interoperabilità, rischio minore innovazione
- La chiave interpretativa intrapresa da questa decisione delle autorità antitrust favorisce concretamente i consumatori e l'innovazione?

Grazie!

STEFANO DA EMPOLI
LORENZO PRINCIPALI
principali@i-com.it



Piazza dei Santi Apostoli 66
00187 Roma
tel. +39 06 4740746
fax + 39 06 40402523

Rond Point Schuman 6
1040 Bruxelles
tel. + 32 (0) 22347882

info@i-com.it
www.i-com.it