



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

Relazione annuale 2012

sull'attività svolta e sui programmi di lavoro



Indice

1. L'ecosistema digitale

1.1. Gli scenari economici e tecnologici	15
1.2. Le reti	31
1.2.1. Le reti fisse a banda larga	31
1.2.2. Le reti mobili a banda larga	33
1.2.3. Le reti televisive	37
1.3. I servizi e le piattaforme	40
1.4. I contenuti	48
1.5. I temi della convergenza	57

2. Il settore delle comunicazioni in Italia

2.1. Le telecomunicazioni	73
2.2. Il settore dei media	110
2.2.1. La televisione	117
2.2.2. La radio	130
2.2.3. L'editoria	134
2.2.4. Internet	152
2.2.5. La pubblicità	165
2.3. L'evoluzione del quadro normativo	179

3. Gli interventi dell'Autorità

3.1. Le reti e i servizi di comunicazione elettronica	191
3.1.1. Le analisi dei mercati	191
3.1.2. La regolamentazione e la vigilanza	197
3.1.2.1. I servizi di telecomunicazione su rete fissa	197
3.1.2.2. I servizi di telecomunicazione su rete mobile	207
3.1.2.3. I servizi e le reti a banda larga	217
3.1.3. Le controversie tra operatori	222
3.1.4. I procedimenti sanzionatori nei confronti degli operatori di comunicazione elettronica	230
3.2. I servizi media	235
3.2.1. Le analisi dei mercati	235

3.2.1.1. Il Sistema integrato delle comunicazioni e i singoli mercati che lo compongono	236
3.2.1.2. L'Informativa economica di sistema	237
3.2.2. La regolamentazione e la vigilanza	238
3.2.2.1. Posizioni dominanti, operazioni di concentrazione ed intese nel SIC e trasferimenti di proprietà di società radiotelevisive	238
3.2.2.2. Il rilascio di autorizzazioni per i servizi media audiovisivi e per le emittenti satellitari	244
3.2.2.3. La televisione digitale terrestre e la radio digitale	248
3.2.2.4. La comunicazione commerciale televisiva e radiofonica	256
3.2.2.5. La tutela dei minori e degli utenti	258
3.2.2.6. Gli obblighi di programmazione e investimento in produzioni europee e indipendenti	259
3.2.2.7. Gli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione e la pubblicazione e la diffusione dei sondaggi	262
3.2.2.8. I diritti audiovisivi sportivi e degli eventi di particolare rilevanza e il diritto di cronaca . . .	267
3.2.2.9. La tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica	270
3.2.3. Il servizio pubblico radiotelevisivo	272
3.2.4. La comunicazione politica	300
3.2.5. Gli interventi sanzionatori	312
3.3. Il settore postale	321
3.4. La tutela del consumatore	328
3.4.1. I rapporti con i consumatori e gli utenti	328
3.4.2. La qualità dei servizi e la trasparenza delle offerte agli utenti	334
3.4.3. Gli obblighi di servizio universale	346
3.4.4. Le attività di vigilanza e sanzione a tutela dell'utenza . . .	349
3.4.5. Le controversie tra utenti ed operatori	356
3.5. Le funzioni ispettive e di registro	359
3.5.1. Il Registro degli operatori di comunicazione	359
3.5.2. Il Catasto nazionale delle infrastrutture di diffusione . . .	366
3.5.3. Le attività ispettive	369
3.6. La tutela giurisdizionale in ambito nazionale e comunitario . . .	371

4. L’Autorità: rapporti istituzionali e organizzazione

4.1. I rapporti istituzionali	391
4.1.1. I rapporti internazionali	391
4.1.2. I rapporti con le istituzioni nazionali e con il Ministero dello sviluppo economico	403
4.1.3. I rapporti con le università e gli enti di ricerca	412
4.1.4. La Guardia di finanza e la Polizia postale e delle comunicazioni	414
4.2. Gli organismi strumentali e ausiliari	419
4.2.1. I Comitati regionali per le comunicazioni	419
4.2.2. Il Consiglio nazionale degli utenti	444
4.2.3. Gli organi di <i>governance</i> degli Impegni di Telecom Italia	447
4.3. L’organizzazione dell’Autorità	451
4.3.1. L’organizzazione e le risorse umane	451
4.3.2. Il Comitato etico	459
4.3.3. Il sistema dei controlli	460
 Appendice	 463

Indice delle figure

1. L'ecosistema digitale

Figura 1.1.	I servizi tlc in Europa – Ripartizione dei ricavi per tecnologia (2011, in %)	17
Figura 1.2.	I servizi tlc in Europa – Variazione % dei ricavi (2008-2011).....	17
Figura 1.3.	I servizi tlc in Europa – Ripartizione delle utenze per tecnologia (2011, in %) ...	18
Figura 1.4.	I servizi tlc in Europa – ARPU mensile (2010-2011, euro).....	18
Figura 1.5.	I servizi tv in Europa – Ripartizione dei ricavi (2011, in %)	19
Figura 1.6.	I servizi tv in Europa – TV <i>households</i> per paese e tecnologia (2011 in %)	20
Figura 1.7.	L'ecosistema digitale nel mondo (2011, miliardi di euro)	22
Figura 1.8.	I servizi tlc nel mondo – Ricavi, utenze e traffico (2011, in %)	22
Figura 1.9.	I servizi tlc nel mondo – Diffusione della fibra (2011, in % sugli accessi <i>broadband</i>)	24
Figura 1.10.	I servizi tv nel mondo – Ricavi, utenze e traffico (2011, in %)	25
Figura 1.11.	Reti <i>broadband</i> in mobilità – Velocità delle connessioni	34
Figura 1.12.	Reti <i>broadband</i> in mobilità – 2.600 MHz, assegnazione e commercializzazione	35
Figura 1.13.	Reti <i>broadband</i> in mobilità – 800 MHz, assegnazione e commercializzazione	36
Figura 1.14.	Lo stato del processo di <i>switch-off</i> in Europa	38
Figura 1.15.	Il <i>mobile payment</i> in Italia (2011, milioni di euro)	43

2. Il settore delle comunicazioni in Italia

Figura 2.1.	Comunicazioni e prezzi al consumo: dinamiche a confronto (2005=100)	75
Figura 2.2.	Indice dei prezzi alla produzione dei servizi di telecomunicazione (media 2006=100)	75
Figura 2.3.	Dinamiche delle principali tariffe pubbliche (2005=100)	76
Figura 2.4.	Dinamica dei prezzi nelle telecomunicazioni in Europa (2005=100)	77
Figura 2.5.	Spesa finale per tipologia di rete e clientela (2011, in %)	79
Figura 2.6.	Accessi a larga banda su rete fissa (dic. 2009 - mar. 2012)	84
Figura 2.7.	Incrementi netti degli accessi a larga banda (2005-2011, in milioni)	85
Figura 2.8.	Quote di mercato di Telecom Italia nei servizi a larga banda <i>retail</i> (dic. 2009 - mar. 2012, in %)	86
Figura 2.9.	Quote di mercato nei servizi a banda larga <i>retail</i> (mar. 2012, in %)	87
Figura 2.10.	Ripartizione degli individui residenti nelle province con diffusione <i>broadband</i> maggiore della media nazionale (dic. 2011).....	94
Figura 2.11.	Ripartizione degli individui residenti nelle province con diffusione <i>broadband</i> minore della media nazionale (dic. 2011)	95
Figura 2.12.	Ricavi servizi dati / servizi fonia vocale (2005-2011, in %)	101
Figura 2.13.	Terminali UMTS/HSDPA (dic. 2008 – mar. 2012, milioni).....	103
Figura 2.14.	Sim-dati e <i>connect card</i> (dic. 2008 – mar. 2012, milioni).....	103
Figura 2.15.	Traffico dati su rete mobile (2008-2011, petabyte).....	104
Figura 2.16.	<i>Mobile Number Portability</i> (2006 - marzo 2012, milioni)	109
Figura 2.17.	Evoluzione delle risorse dei mezzi di comunicazione (milioni di euro).....	110
Figura 2.18.	Media tradizionali vs. internet	112
Figura 2.19.	Giornalisti per mezzo	114

Figura 2.20. Numero di giornalisti ogni 100.000 cittadini che chiedono informazione sul mezzo	114
Figura 2.21. Distribuzione dei contributi pubblici diretti suddivisi per media	115
Figura 2.22. Distribuzione delle imprese per peso, sul fatturato, dei contributi diretti (%)..	116
Figura 2.23. Andamento dei prezzi dei servizi televisivi	120
Figura 2.24. Analisi dinamica dell' <i>audience</i> media annuale (2000-2011)	123
Figura 2.25. Contributi pubblici in % del fatturato: le Tv locali	128
Figura 2.26. Contributi pubblici in % del fatturato: le radio locali	134
Figura 2.27. Indici dei prezzi: l'editoria rispetto all'indice generale al consumo (1995-2011)	137
Figura 2.28. Editoria quotidiana - Vendite medie giornaliere di quotidiani (1995-2011).....	142
Figura 2.29. Provvidenze percepite e diffusione della testata	147
Figura 2.30. Contributi pubblici in % del fatturato: l'editoria quotidiana	148
Figura 2.31. Editoria quotidiana – Lettori per tipologia di quotidiani 2010 (%)	149
Figura 2.32. Mezzi di comunicazione come sistema a due versanti	166
Figura 2.33. Servizi svolti dai centri media	176

3. *Gli interventi dell'Autorità*

Figura 3.1. <i>Roaming</i> internazionale – Chiamate eseguite	210
Figura 3.2. <i>Roaming</i> internazionale – Chiamate ricevute	210
Figura 3.3. <i>Roaming</i> internazionale – Sms inviati	211
Figura 3.4. <i>Roaming</i> internazionale – Traffico dati	211
Figura 3.5. Numero totale delle portabilità dei numeri mobili effettuate in ciascun anno (milioni)	213
Figura 3.6. Mezzi di comunicazione come sistema a due versanti	235
Figura 3.7. Programmazione di opere europee e opere europee recenti	260
Figura 3.8. Rai – Composizione dell'offerta 2011. Generi per rete generalista (fascia oraria: 06:00-24:00)	275
Figura 3.9. Rai – Composizione dell'offerta 2011. Tempo complessivo dei generi predefiniti. Reti generaliste (fascia oraria 06:00-24:00) e Reti specializzate (fascia oraria 02:00-24:00)	277
Figura 3.10. Contatti per tipologia di soggetto	329
Figura 3.11. Segnalazioni pervenute al <i>contact center</i> per tipologia di servizio (maggio 2011 – aprile 2012)	330
Figura 3.12. Fonia fissa: problematiche più frequentemente segnalate	331
Figura 3.13. Fonia mobile: problematiche più frequentemente segnalate	332
Figura 3.14. Trasmissione dati: problematiche più frequentemente segnalate	332
Figura 3.15. Pay Tv: problematiche più frequentemente segnalate	333
Figura 3.16. Misura Internet – Andamento rilascio certificati pdf	336
Figura 3.17. Misura Internet – Distribuzione certificati pdf per operatore	336
Figura 3.18. Misura Internet – n. reclami con allegato certificato pdf attestante la misurazione	337
Figura 3.19. La classificazione dei <i>decoder</i> adottata dall'Autorità	343
Figura 3.20. Andamento Indice di Qualità Globale	348
Figura 3.21. Segnalazioni e denunce per tipologia di mittente	349
Figura 3.22. Segnalazioni e denunce per regione di provenienza	350
Figura 3.23. Segnalazioni e denunce per operatore	350
Figura 3.24. Segnalazioni e denunce per principali casistiche	352

Figura 3.25. Procedimenti sanzionatori avviati per operatore	356
Figura 3.26. Operatori iscritti al Registro per attività su totale operatori al 31 marzo 2011...	363
Figura 3.27. Operatori iscritti al Registro per attività su totale operatori al 31 marzo 2012...	364
Figura 3.28. Settori di attività svolte dagli operatori iscritti al Registro su totale attività (%) – dati al 30 aprile 2012	365

4. L'Autorità: rapporti istituzionali e organizzazione

Figura 4.1. Mappa dei Co.re.com. (1° gennaio 2012)	419
Figura 4.2. Domande di iscrizione al ROC.....	422
Figura 4.3. Ripartizione istanze di conciliazione (migliaia).....	423
Figura 4.4. Istanze di conciliazione 2010/2011 (migliaia)	423
Figura 4.5. Efficacia del processo di conciliazione a livello nazionale (2008-2011, in %)	424
Figura 4.6. Gli Organi e il Gabinetto dell'Autorità (30 aprile 2012)	452
Figura 4.7. La struttura dell'Autorità	455

Indice delle tabelle

1. *L'ecosistema digitale*

Tabella 1.1.	I servizi tlc nel mondo – Variazione dei ricavi (2008-2011)	23
Tabella 1.2.	I servizi tlc nel mondo – Variazione delle utenze (2008-2011).....	23
Tabella 1.3.	I servizi tlc nel mondo – Variazione del traffico dati (2009-2011)	24
Tabella 1.4.	I servizi tv nel mondo – Variazione dei ricavi (2008-2011)	25
Tabella 1.5.	I servizi tv nel mondo – Ricavi per area e fonte di reddito (2011)	26
Tabella 1.6.	I servizi tv nel mondo – Tv <i>households</i> per area e piattaforma (2011).....	27
Tabella 1.7.	I servizi tv nel mondo – Variazione del traffico dati (2009-2011)	27
Tabella 1.8.	La regolamentazione delle NGA in Europa (2012).....	33
Tabella 1.9.	Calendario dello <i>switch-off</i> degli impianti analogici	39
Tabella 1.10.	Selezione delle iniziative regolamentari adottate a livello europeo e internazionale (2011-2012).....	69

2. *Il settore delle comunicazioni in Italia*

Tabella 2.1.	L'economia italiana nel 2010-2011	74
Tabella 2.2.	Incidenza delle telecomunicazioni nell'economia (2010-2011, in %)	74
Tabella 2.3.	Telecomunicazioni fisse e mobili – Ricavi lordi (miliardi di euro).....	77
Tabella 2.4.	Spesa finale degli utenti residenziali e affari (miliardi di euro)	78
Tabella 2.5.	Ricavi da servizi intermedi (miliardi di euro).....	78
Tabella 2.6.	Spesa finale per categoria di clientela (miliardi di euro)	79
Tabella 2.7.	Investimenti in immobilizzazioni (milioni di euro)	80
Tabella 2.8.	Assegnazione diritti d'uso delle frequenze 800, 1.800, 2.000 e 2.600 MHz	80
Tabella 2.9.	Spesa finale degli utenti di rete fissa e mobile per operatore (%)	81
Tabella 2.10.	Andamento dei ricavi unitari nei servizi di fonia (2011/2010, variazione %)	82
Tabella 2.11.	Rete fissa – Spesa degli utenti per tipologia di servizi (miliardi di euro)	83
Tabella 2.12.	Tipologie contrattuali dei servizi <i>broadband</i> (%).....	83
Tabella 2.13.	Traffico su rete fissa commutata per direttrice (miliardi di minuti)	84
Tabella 2.14.	Accessi a larga banda per classe di velocità nominale (%)	85
Tabella 2.15.	Diffusione della larga banda in Europa (31 dicembre 2011)	87
Tabella 2.16.	Popolazione per classi di età (in milioni al 1° gennaio 2011).....	88
Tabella 2.17.	Popolazione con un basso livello di istruzione compresa nella fascia di età 25-64 anni (2010, in %)	89
Tabella 2.18.	Accessi alla rete fissa (migliaia).....	89
Tabella 2.19.	Diffusione degli accessi alla rete fissa (dicembre 2011, in % delle famiglie)	90
Tabella 2.20.	Accessi complessivi alla rete fissa – Quote di mercato al 31 dicembre 2011 (%) .	91
Tabella 2.21.	Diffusione degli accessi a larga banda (dicembre 2011, in % delle famiglie).....	96
Tabella 2.22.	Accessi a larga banda – Quote di mercato (dic. 2011, %)	97
Tabella 2.23.	Spesa finale degli utenti per operatore (%).....	98
Tabella 2.24.	Ricavi da servizi finali su rete commutata e a larga banda (%)	98
Tabella 2.25.	Ricavi da servizi di fonia e accesso su rete commutata (%).....	99
Tabella 2.26.	Ricavi da servizi finali su rete a larga banda (%).....	99
Tabella 2.27.	Spesa degli utenti per tipologia di servizi (miliardi di euro)	100
Tabella 2.28.	Traffico voce nella telefonia mobile (miliardi di minuti)	101
Tabella 2.29.	Componente <i>on-net</i> dei ricavi per chiamate vocali e sms-mms (% del totale) ..	102
Tabella 2.30.	Ricavi da servizi voce per direttrice (miliardi di euro).....	102

Tabella 2.31. Ricavi da servizi dati per tipologia (miliardi di euro)	102
Tabella 2.32. Ricavi unitari per SIM attiva (euro/anno)	104
Tabella 2.33. Ricavi unitari per <i>user</i> (euro/anno)	105
Tabella 2.34. Ricavi unitari per comunicazioni voce, sms e dati	105
Tabella 2.35. Quote di mercato nella spesa finale per clientela (%)	105
Tabella 2.36. Spesa degli utenti – Ripartizione delle risorse per tipologia di operatore (%) ..	106
Tabella 2.37. Quote di mercato nei servizi voce e dati (%)	107
Tabella 2.38. Sim attive per tipologia di clientela e di contratto (in migliaia)	107
Tabella 2.39. Sim attive per operatore (%)	108
Tabella 2.40. Sim attive – Ripartizione per tipologia di operatore (%)	108
Tabella 2.41. <i>Mobile Number Portability</i> : distribuzione tra operatori (%)	109
Tabella 2.42. Ricavi complessivi della televisione suddivisi per mercato rilevante	119
Tabella 2.43. Ricavi complessivi della televisione suddivisi per tipologia	120
Tabella 2.44. Ricavi televisivi suddivisi per operatore	121
Tabella 2.45. Ascolti televisivi per piattaforma	124
Tabella 2.46. <i>Audience</i> dei principali Tg nel 2010 e 2011	124
Tabella 2.47. Offerta televisiva nazionale in chiaro: i principali canali	126
Tabella 2.48. TV gratuita – Quote di mercato dei principali operatori (%)	127
Tabella 2.49. TV a pagamento – Quote di mercato dei principali operatori (%)	129
Tabella 2.50. L'offerta radiofonica nazionale	131
Tabella 2.51. Ricavi complessivi della radio suddivisi per tipologia	132
Tabella 2.52. Radio – Quote di mercato dei principali operatori (%)	133
Tabella 2.53. Editoria – Ricavi complessivi	135
Tabella 2.54. Editoria – Ricavi da attività caratteristiche	136
Tabella 2.55. Editoria – Ricavi complessivi per impresa (%)	138
Tabella 2.56. Quotidiani in Italia per tipologia	139
Tabella 2.57. Editoria quotidiana – Ricavi da attività caratteristiche	141
Tabella 2.58. Editoria quotidiana – Quote di mercato dei principali gruppi editoriali (%)	143
Tabella 2.59. Editoria quotidiana – Quote di mercato in volume (2010)	144
Tabella 2.60. Editoria periodica – Ricavi da attività caratteristiche	150
Tabella 2.61. Principali operatori del mercato	151
Tabella 2.62. Editoria periodica – Quote di mercato dei principali gruppi editoriali (%)	152
Tabella 2.63. La fruizione di internet in Italia	154
Tabella 2.64. I primi 15 siti sul <i>web</i> in termini di <i>audience</i> (febbraio 2012)	157
Tabella 2.65. Le prime 10 società sul <i>web</i> in termini di <i>audience</i> (febbraio 2012)	158
Tabella 2.66. I primi 15 siti degli operatori dei media classici (febbraio 2012)	159
Tabella 2.67. Rapporto ricavi pubblicitari (ADV)/pagine viste/utenti attivi	160
Tabella 2.68. Il valore del mercato della raccolta pubblicitaria <i>on line</i>	162
Tabella 2.69. Il mercato della raccolta pubblicitaria <i>on line</i> nazionale in Italia: quote di mercato	163
Tabella 2.70. Principali gruppi editoriali attivi nell'offerta di pubblicità in Italia	167
Tabella 2.71. Ripartizione dei ricavi da pubblicità (nazionale e locale) per mezzo	169
Tabella 2.72. Maggiori inserzionisti di pubblicità (pubblicità nazionale e locale) distribuiti per mezzi classici e internet (<i>display</i>)	170
Tabella 2.73. Investimenti pubblicitari (pubblicità nazionale) per mezzi classici e internet (<i>display</i>)	172
Tabella 2.74. Ripartizione degli investitori nazionali per classi di investimento per mezzo (2011)	173
Tabella 2.75. Ripartizione investimenti pubblicitari nazionali mezzi classici e internet (<i>display</i>), valori percentuali (2011)	174
Tabella 2.76. Principali centri media attivi in Italia	177

3. Gli interventi dell'Autorità

Tabella 3.1.	Controversie tra operatori di comunicazione elettronica (1° aprile 2011-30 aprile 2012)	228
Tabella 3.2.	Verifica del rispetto dei principi di cui all'art. 43 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e successive modificazioni e integrazioni.....	239
Tabella 3.3.	Riepilogo procedimenti di autorizzazioni ai trasferimenti di proprietà di società radiotelevisive	243
Tabella 3.4.	Servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica	245
Tabella 3.5.	Comunicazioni di notifica di ritrasmissione in <i>simulcast</i> delle prestazioni di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica	245
Tabella 3.6.	Autorizzazioni alla diffusione via satellite dei programmi televisivi	247
Tabella 3.7.	Programmi e soggetti autorizzati alla diffusione via satellite	247
Tabella 3.8.	Dati medi nazionali degli adempimenti agli obblighi di programmazione e investimento	260
Tabella 3.9.	Investimenti in produzioni realizzate da produttori indipendenti	261
Tabella 3.10.	Deroghe dagli obblighi di programmazione e di investimento.....	261
Tabella 3.11.	Rai – I generi predefiniti dal Contratto di servizio 2010-2012 nelle reti generaliste.....	274
Tabella 3.12.	Rai – Generi predefiniti dal Contratto di servizio e canali specializzati.....	276
Tabella 3.13.	Rai – L'offerta 2011. I generi predefiniti dal Contratto di servizio e gli "Altri generi"	276
Tabella 3.14.	Rai – Offerta dei canali radiofonici Radio 1, Radio 2, Radio 3 (1° gennaio - 31 dicembre 2011)	278
Tabella 3.15.	Rai – La programmazione per minori delle reti televisive generaliste terrestri (1° gennaio - 31 dicembre 2011)	280
Tabella 3.16.	Rai – Programmi sottotitolati. Distribuzione per genere e rete generalista	281
Tabella 3.17.	Rai – Programmi tradotti nella lingua internazionale dei segni (L.I.S.)	288
Tabella 3.18.	Rai – Fruizione mensile e giornaliera	289
Tabella 3.19.	Rai – Il pubblico (media mese 2011)	289
Tabella 3.20.	Rai – Tipo di connessione (%)	289
Tabella 3.21.	Rai – Domini di provenienza.....	290
Tabella 3.22.	Rai – Contenuti pubblicati nel 2011	290
Tabella 3.23.	Rai – La struttura dell'indice "Rai come Servizio Pubblico"	291
Tabella 3.24.	I valori dell'indicatore della qualità percepita (IQP) di Rai	292
Tabella 3.25.	I valori dell'indicatore della qualità percepita (IQP) di Raiuno	293
Tabella 3.26.	I valori dell'indicatore della qualità percepita (IQP) di Raidue	293
Tabella 3.27.	I valori dell'indicatore della qualità percepita (IQP) di Raitre	294
Tabella 3.28.	I valori dell'indicatore di valore pubblico (IVP) di Rai	295
Tabella 3.29.	I valori dell'indicatore di valore pubblico (IVP) di Raiuno	295
Tabella 3.30.	I valori dell'indicatore di valore pubblico (IVP) di Raidue	296
Tabella 3.31.	I valori dell'indicatore di valore pubblico (IVP) di Raitre.....	296
Tabella 3.32.	Rai – Contabilità separata 2010 (milioni di euro)	298
Tabella 3.33.	Provvedimenti in materia di comunicazione istituzionale	303
Tabella 3.34.	Periodo elettorale - primavera 2011 – Provvedimenti in materia di informazione politica - messaggi autogestiti	305
Tabella 3.35.	Elezioni in Molise (delibera n. 227/11/CSP) – Provvedimenti adottati	308
Tabella 3.36.	Provvedimenti adottati nel periodo non elettorale in materia di informazione politica.....	309

Tabella 3.37. Emittenti televisive nazionali, stato dell'attività sanzionatoria nel settore della pubblicità radiofonica e televisiva	313
Tabella 3.38. Diritti di cronaca sportiva – Procedimenti sanzionatori	320
Tabella 3.39. Misura Internet – n. test Ne.Me.Sys., utenti registrati e pdf rilasciati (novembre 2010 – aprile 2012)	336
Tabella 3.40. Costi per l'attivazione e per il passaggio ad altro operatore dei principali fornitori di servizi di telefonia fissa	345
Tabella 3.41. Segnalazioni relative ai costi di recesso per la fonia mobile	346
Tabella 3.42. Segnalazioni relative ai costi di recesso per la fonia fissa	346
Tabella 3.43. Codici di classificazione delle segnalazioni	352
Tabella 3.44. Procedimenti sanzionatori avviati o conclusi e relativi provvedimenti adottati (1° aprile 2011 - 30 aprile 2012).....	354
Tabella 3.45. Attività di risoluzione extragiudiziale delle controversie	357
Tabella 3.46. Procedimenti istruiti nel Registro nel periodo di riferimento	362
Tabella 3.47. Impianti dichiarati attivi al Catasto nazionale delle frequenze – alla data del 31 marzo per gli anni 2009, 2010, 2011 e 2012 – individuati per tipologia e qualità dei dati	367
Tabella 3.48. Tipologie e numero di operazioni effettuate sul Catasto nazionale delle frequenze radiotelevisive nel periodo di riferimento 1° aprile – 31 marzo per gli anni 2008/2009, 2009/2010, 2010/2011 e 2011/2012	368

4. L'Autorità: rapporti istituzionali e organizzazione

Tabella 4.1. Pareri resi all'Autorità garante della concorrenza e del mercato	405
Tabella 4.2. Co.re.com. Abruzzo – Controversie operatore - utente	426
Tabella 4.3. Co.re.com. Basilicata – Controversie operatore - utente	427
Tabella 4.4. Comitato Provinciale per le comunicazioni di Bolzano – Controversie operatore - utente	428
Tabella 4.5. Co.re.com. Calabria – Controversie operatore - utente.....	429
Tabella 4.6. Co.re.com. Campania – Controversie operatore - utente	430
Tabella 4.7. Co.re.com. Emilia Romagna – Controversie operatore - utente	431
Tabella 4.8. Co.re.com. Friuli Venezia Giulia – Controversie operatore - utente	432
Tabella 4.9. Co.re.com. Lazio – Controversie operatore - utente	433
Tabella 4.10. Co.re.com. Liguria – Controversie operatore - utente	434
Tabella 4.11. Co.re.com. Lombardia – Controversie operatore - utente	435
Tabella 4.12. Co.re.com. Marche – Controversie operatore - utente	436
Tabella 4.13. Co.re.com. Molise – Controversie operatore - utente	437
Tabella 4.14. Co.re.com. Piemonte – Controversie operatore - utente	438
Tabella 4.15. Co.re.com. Puglia – Controversie operatore - utente.....	439
Tabella 4.16. Co.re.com. Toscana – Controversie operatore - utente	440
Tabella 4.17. Comitato Provinciale per le comunicazioni di Trento – Controversie operatore - utente	441
Tabella 4.18. Co.re.com. Umbria – Controversie operatore - utente	442
Tabella 4.19. Co.re.com. Valle d'Aosta – Controversie operatore - utente	443
Tabella 4.20. Co.re.com. Veneto – Controversie operatore - utente	444
Tabella 4.21. Autorità – Pianta organica	457
Tabella 4.22. Autorità – Personale in servizio.....	457