

DELIBERA N. 103/12/CONS

**CONSULTAZIONE PUBBLICA CONCERNENTE L'INDIVIDUAZIONE
DELLE PIATTAFORME EMERGENTI AI FINI DELLA
COMMERCIALIZZAZIONE DEI DIRITTI AUDIOVISIVI SPORTIVI, AI
SENSI DELL'ART. 14, DEL D.LGS. 9 GENNAIO 2008, N. 9 E DELL'ART. 10
DEL REGOLAMENTO ADOTTATO CON DELIBERA N. 307/08/CONS**

L'AUTORITÀ

NELLA sua riunione di Consiglio dell'8 marzo 2012;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*”, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 31 luglio 1997, n.177 - supplemento ordinario n. 154;

VISTA la legge 14 novembre 1995, n. 481, recante “*Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità*”, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 18 novembre 1995, n. 270 - Suppl. Ordinario n.136;

VISTO il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, recante “*Codice delle comunicazioni elettroniche*” pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 15 settembre 2003, n. 215;

VISTA la Raccomandazione 2007/879/CE relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche che possono essere oggetto di una regolamentazione ex ante ai sensi della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, adottata il 17 dicembre 2007, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Comunità Europea del 28 dicembre 2007, L 344;

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*” pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 7 settembre 2005 n. 208 – Suppl. Ordinario n. 150, e successive modifiche e integrazioni;

VISTO il decreto legislativo 9 gennaio 2008, n. 9, recante “*Disciplina della titolarità e della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e relativa ripartizione delle risorse*” pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana del 1° febbraio 2008, n. 27;

VISTO, in particolare, l’art. 14, comma 1, del citato Decreto che dispone che “*L’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni individua, periodicamente e con*

cadenza almeno biennale, le piattaforme emergenti, tenendo conto anche delle analisi di mercato previste dal titolo II, capo I, del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259”;

VISTA la delibera n. 307/08/CONS del 5 giugno 2008, recante *“Regolamento in materia di procedure istruttorie e di criteri di accertamento per le attività demandate all’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni dal decreto legislativo 9 gennaio 2008 n. 9 recante la “Disciplina della titolarità e della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e relativa ripartizione delle risorse”* pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana del 27 giugno 2008, n. 148;

VISTO, in particolare, l’art. 10, comma 1 del citato Regolamento, che dispone che *“Ai sensi e per gli effetti dell’articolo 14 del decreto, l’Autorità con cadenza biennale entro il mese di dicembre, avvalendosi delle metodologie per le analisi di mercato di cui all’articolo 19 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, in quanto compatibili, provvede alla verifica della evoluzione delle tecnologie utilizzate quali sistemi di distribuzione e diffusione dei prodotti audiovisivi ai fini della individuazione delle piattaforme emergenti”;*

VISTA la delibera n. 453/03/CONS del 23 dicembre 2003, recante *“Regolamento concernente la procedura di consultazione di cui all’articolo 11 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259”* pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 28 gennaio 2004, n. 22;

VISTA la delibera n. 217/01/CONS del 24 maggio 2001 recante *“Regolamento concernente l’accesso ai documenti”*, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana del 20 giugno 2001, n. 141, e successive modifiche e integrazioni;

VISTA la delibera n. 401/10/CONS del 22 luglio 2010 recante *“Disciplina dei tempi del procedimento”*, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana del 6 settembre 2010, n. 208, e successive modifiche e integrazioni;

VISTA la delibera n. 665/09/CONS del 26 novembre 2009 recante *“Individuazione delle piattaforme emergenti ai fini della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi, ai sensi dell’art. 14, del d.lgs. 9 gennaio 2008, n. 9 e dell’art. 10 del regolamento adottato con delibera n. 307/08/CONS”* pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana del 22 dicembre 2009, n. 297;

VISTA la delibera n. 598/11/CONS del 17 novembre 2011 di *“Avvio del procedimento per l’individuazione delle piattaforme emergenti ai fini della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi, ai sensi dell’art. 14, del d.lgs. 9 gennaio 2008, n. 9 e dell’articolo 10 del regolamento adottato con delibera n. 307/08/CONS”*, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana del 6 dicembre 2011, n. 284;

VISTE le richieste di informazioni trasmesse alle società Apple Italia S.p.A. (prot. n. 71625), Centro Europa 7 S.r.l. (prot. n. 71590), Conto TV S.r.l. (prot. n. 71626), Gruppo Editoriale L’Espresso (prot. n. 71624), Fastweb S.p.A. (prot. n. 71623), Google

Italy S.r.l. (prot. n. 71622), H3G S.p.A. (prot. n. 71621), Lega Nazionale Professionisti Serie A (prot. n. 71620), LG Electronics Italia S.p.A. (prot. n. 61619), Gruppo Mediaset S.p.A. (prot. n. 71614), Mediamarket S.p.A. (prot. n. 71618), Panasonic Electric Works Italia S.r.l. (prot. n. 71587), Philips S.p.A. (prot. n. 71617), Prima TV S.p.A. (prot. n. 71616), RAI S.p.A. (prot. n. 71615), Samsung Electronics Italia S.p.A. (prot. n. 71613), Sharp Electronics Italia S.p.A. (prot. n. 71594), SKY Italia S.r.l. (prot. n. 71597), Sony Italia S.p.A. (prot. n. 71601), T.B.S. Television Broadcasting System S.p.A. (prot. n. 71588), Telecom Italia S.p.A. (prot. n. 71605), Vodafone Omnitel NV (prot. n. 71607), WIND Telecomunicazioni S.p.A. (prot. n. 71611), tutte in data 21 dicembre 2011, fissando un termine di 30 giorni per l'invio delle comunicazioni a riscontro;

VISTE le richieste di proroga del termine da parte delle società Telecom (prot. n. 122 del 2 gennaio 2012), Rai (prot. n. 1886 del 13 gennaio 2012), Wind (prot. n. 2806 del 19 gennaio 2012), Fastweb (prot. n. 3072 del 20 gennaio 2012), Gruppo Mediaset (prot. n. 3188 del 20 gennaio 2012), motivate dalla difficoltà di elaborare entro il termine fissato le necessarie informazioni contabili ad esercizio finanziario appena concluso;

VISTE le risposte pervenute da parte di Panasonic (prot. n. 72111 del 17 dicembre 2011), Sony (prot. n. 1769 del 13 gennaio 2012), Apple (prot. n. 2296 del 17 gennaio 2012), H3G (prot. n. 2522 del 18 gennaio 2012), Centro Europa 7 (prot. n. 3204 del 20 gennaio 2012), Gruppo L'Espresso (prot. n. 3208 del 20 gennaio 2012), SKY (prot. n. 3233 del 23 gennaio 2012), Fastweb (prot. n. 4411 del 27 gennaio 2012), Samsung (prot. n. 4603 del 30 gennaio 2012), Philips (prot. n. 4517 del 30 gennaio 2012), WIND (prot. n. 5009 del 1 febbraio 2012), RTI (prot. n. 5042 del 1 febbraio 2012), Mediaworld (prot. n. 5019 del 1 febbraio 2012), RAI (prot. n. 5005 del 31 gennaio 2012 e prot. n. 9898 del 1 marzo 2012), Telecom (prot. n. 5853 del 6 febbraio 2012), Lega Nazionale Professionisti Serie A (prot. n. 8364 del 21 febbraio 2012), Vodafone (prot. n. 8592 del 22 febbraio 2012) e Google (prot. n. 8736 del 22 febbraio 2012);

CONSIDERATO quanto segue:

1. IL QUADRO NORMATIVO E REGOLAMENTARE DI RIFERIMENTO

1. Con la delibera n. 598/11/CONS l'Autorità ha avviato il procedimento istruttorio avente ad oggetto l'individuazione delle piattaforme emergenti alle quali destinare i diritti audiovisivi di eventi sportivi alle condizioni agevolate previste dall'art. 14 del decreto legislativo 9 gennaio 2008, n. 9 (di seguito il Decreto) e del regolamento in materia di procedure istruttorie adottato dall'Autorità con delibera n. 307/08/CONS del 5 giugno 2008. Il termine di conclusione del procedimento istruttorio è stato fissato in novanta giorni dalla pubblicazione in Gazzetta ufficiale in data 6 dicembre 2011, salve le ordinarie sospensioni dei termini ai sensi dell'art. 4, comma 1, della delibera n. 401/10/CONS per l'acquisizione di informazioni, le quali sono state richieste ad una

pluralità di operatori in data 21 dicembre 2011 ai sensi dell'art. 10 del decreto legislativo 1 agosto 2003, n. 259. Trattandosi dell'espletamento di una funzione di regolazione destinata a tradursi in disposizioni a contenuto generale, in quanto applicabili ad una pluralità di operatori, le piattaforme emergenti, così come individuate nella presente delibera, sono sottoposte a consultazione pubblica ai sensi dell'art. 1, comma 1, lett. b, della delibera n. 453/03/CONS.

2. Il citato art. 14 del Decreto dispone, al comma 1, che *“L’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni individua, periodicamente e con cadenza almeno biennale, le piattaforme emergenti, tenendo conto anche delle analisi di mercato previste dal titolo II, capo I, del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259”*. Le modalità procedurali per l'individuazione di dette piattaforme devono conseguentemente tenere conto, nei limiti di compatibilità, della metodologia propria delle analisi di mercato previste dal quadro regolamentare in materia di comunicazioni elettroniche, come circostanziato dalla delibera n. 307/08/CONS all'art. 10 secondo il quale *“Ai sensi e per gli effetti dell’articolo 14 del decreto, l’Autorità con cadenza biennale entro il mese di dicembre, avvalendosi delle metodologie per le analisi di mercato di cui all’articolo 19 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, in quanto compatibili, provvede alla verifica della evoluzione delle tecnologie utilizzate quali sistemi di distribuzione e diffusione dei prodotti audiovisivi ai fini della individuazione delle piattaforme emergenti”*.

3. La disciplina prevista nel Decreto per la commercializzazione dei diritti audiovisivi destinati alle piattaforme emergenti prevede condizioni più vantaggiose rispetto a quelle relative alle altre piattaforme. Per le piattaforme che l'Autorità qualifica come emergenti, infatti, ferma restando la vendita centralizzata, l'art. 14 del Decreto stabilisce che l'offerta deve avvenire su base non esclusiva al fine di promuovere la concorrenza *intra* piattaforma (comma 3), che l'organizzatore della competizione deve concedere in licenza alle piattaforme emergenti diritti audiovisivi, anche di prima messa in onda, tecnologicamente adattati alle caratteristiche peculiari di ognuna di esse e a prezzi commisurati all'effettiva utilizzazione da parte degli utenti di ognuna (comma 4) e che, al fine di evitare la formazione di posizioni dominanti, la commercializzazione dei diritti audiovisivi deve avvenire per singola piattaforma emergente (comma 5). La *ratio* della scelta di accordare una tutela rafforzata alle piattaforme emergenti è dunque quella di creare condizioni di effettiva competitività rispetto agli altri operatori nell'acquisizione dei diritti audiovisivi e, così, preconstituire un'opportunità di sviluppo.

4. Pur fornendo il Decreto, all'art. 2, comma 1, lett. u), la definizione di *“piattaforma”* come, *“un sistema di diffusione dei prodotti audiovisivi mediante tecnologie e mezzi di trasmissione e di ricezione delle immagini, sia in chiaro che ad accesso condizionato, anche a pagamento, su reti di comunicazione elettronica”*, esso non fornisce una definizione altrettanto esaustiva di cosa debba intendersi per *“emergente”*. Pertanto l'Autorità, al fine di poter procedere all'individuazione delle *“piattaforme emergenti”*, ha dovuto preliminarmente definire la metodologia funzionale alla definizione appropriata delle stesse. Di conseguenza, in sede di prima applicazione

dell'art. 14 del Decreto, con la delibera n. 665/09/CONS del 26 novembre 2009, l'Autorità ha provveduto dapprima a fissare la metodologia definitoria delle piattaforme emergenti, e quindi alla concreta individuazione delle stesse. Tale metodologia è stata seguita anche nel presente procedimento istruttorio.

2. LA NOZIONE DI MERCATO EMERGENTE AI SENSI DEL NUOVO QUADRO REGOLAMENTARE IN MATERIA DI COMUNICAZIONI ELETTRONICHE

5. Stante il richiamo alle metodologie seguite per le analisi dei mercati delle comunicazioni elettroniche nell'art. 14 del Decreto, come ulteriormente declinato nell'art. 10 del Regolamento in materia di procedure istruttorie, il concetto di piattaforme emergenti è stato ricostruito, nella citata delibera n. 665/09/CONS, analizzando preliminarmente la definizione di "mercato emergente" presente nel quadro regolamentare in materia di comunicazioni elettroniche. Secondo quanto indicato dal considerando 7 della Raccomandazione della Commissione europea 2007/879/CE del 17 dicembre 2007, *"tra i nuovi mercati emergenti rientrano i mercati dei prodotti e dei servizi per i quali, a causa della loro novità, è molto difficile prevedere le condizioni della domanda e quelle dell'offerta o le condizioni di ingresso sul mercato"*, essendo tali mercati caratterizzati da sensibili fluttuazioni nelle quote di mercato degli operatori e da un elevato grado di innovazione, che può determinare cambiamenti improvvisi ed inaspettati rispetto ad una evoluzione graduale nel tempo. Il Memorandum esplicativo della citata Raccomandazione invita ad effettuare tale valutazione ricorrendo al cd. test dei tre criteri, i quali consistono nella presenza di forti ostacoli non transitori all'accesso, nella presenza di caratteristiche che inducono a pensare che nel mercato non si svilupperanno condizioni di concorrenza effettiva e nella efficienza relativa del diritto della concorrenza e della regolamentazione ex ante complementare.

6. In considerazione della difformità e della mancanza di omogeneità che ricorre fra la definizione di mercato, ossia ad un "insieme di prodotti/servizi (e di aree geografiche)" che esercitano vincoli competitivi uno sull'altro, e quella di piattaforma, ossia un "sistema di distribuzione" di un prodotto audiovisivo su una rete di comunicazione elettronica, che non necessariamente coincide con il mercato rilevante in base ai principi del diritto e dell'economia della concorrenza, sarebbe da concludere che il concetto di piattaforma coincide con quello di mercato solo laddove le singole piattaforme non possano essere considerate sostituibili fra di loro, costituendo in tal modo singoli "mercati" all'interno dei quali si esplicherebbe l'offerta dei diritti audiovisivi. Si osserva, però, che l'utente televisivo, più che in base alle diverse modalità di trasmissione e ricezione di un segnale audiovisivo, determina le sue scelte in virtù dell'appetibilità del *bouquet* di contenuti offerti e dell'eventuale prezzo da pagare per la fruizione degli stessi.

7. In ragione della non necessaria coincidenza tra il concetto di piattaforma e quello di mercato, l'Autorità ha ritenuto, nella delibera n. 665/09/CONS, che la nozione enunciata nel già citato considerando 7 della Raccomandazione, seppure costituisca un

riferimento utile ai fini dell'individuazione delle piattaforme emergenti, non fornisce di per sé criteri valutativi esaustivi. I citati principi di analisi sono pertanto stati integrati con parametri di valutazione di tipo economico, conducendo l'esame sulla base del duplice binario dello sviluppo delle nuove tecnologie e della crescita economica degli operatori. Fermo restando che una piattaforma non può essere considerata né un prodotto, né tantomeno un servizio, trattandosi piuttosto di un "sistema di distribuzione" di un prodotto e/o di un servizio che consente a un prodotto/servizio audiovisivo di raggiungere un insieme di utenti per mezzo di una rete di comunicazione elettronica, e considerato che uno stesso prodotto/servizio audiovisivo può essere distribuito attraverso più piattaforme, le quali non necessariamente costituiscono un unico mercato ai sensi del diritto della concorrenza, si è ritenuto opportuno, anche in seno al presente procedimento, di svolgere, con riferimento ad ogni singola piattaforma, un'analisi che prenda in considerazione sia gli aspetti tecnologici sia quelli economici.

3. LA METODOLOGIA IMPIEGATA PER L'INDIVIDUAZIONE DELLE PIATTAFORME EMERGENTI

8. L'evoluzione tecnologica comporta il continuo sviluppo di nuove piattaforme di diffusione di contenuti televisivi. Quelle analizzate dall'Autorità con la delibera n. 665/09/CONS sono la televisione digitale terrestre (DTT), la televisione satellitare (DTH), la televisione su rete IP (IPTV), la televisione via rete mobile (GSM/GPRS/UMTS/HSDPA), la televisione via rete DVB-H e la WEB TV, nonché la televisione analogica terrestre (TAT) e la televisione via cavo (DVB-C), entrambe destinate ad essere dismesse a breve, e tra esse sono state individuate come piattaforme emergenti la televisione su rete IP, la televisione via rete mobile e la televisione via rete DVB-H.

9. L'esame dell'Autorità nel presente procedimento ha ad oggetto le piattaforme che si prevede continueranno ad essere attuali nell'immediato futuro sulla base di un'analisi di matrice tecnologica che risponde a criteri generali, considerato che le nuove tecnologie si sviluppano a livello globale, sicché i criteri di valutazione delle stesse sono da considerarsi uniformi, nonché un esame di tipo economico che, ovviamente, non può prescindere dalle specificità del mercato italiano. La valutazione dell'innovazione tecnologica influenza necessariamente quella svolta dal punto di vista economico, per cui la piattaforma valutata come emergente in senso tecnologico lo sarà anche per quanto riguarda l'aspetto economico, mentre non necessariamente è vero il contrario. L'analisi va pertanto effettuata utilizzando entrambi i parametri valutativi, in quanto il tasso di penetrazione del mezzo trasmissivo presso gli utenti e il relativo ritorno economico influenzano il giudizio finale tanto quanto gli elementi di innovazione tecnologica.

10. Ai fini della valutazione se una piattaforma debba essere considerata emergente dal punto di vista tecnologico, l'Autorità conferma quindi la validità dei seguenti elementi di analisi posti a fondamento della delibera n. 665/09/CONS, ovvero la data di

definizione dello standard (aperto o proprietario) relativo alla tecnologia su cui si basa la piattaforma, il grado di maturità ed evoluzione della tecnologia/standard, e l'evoluzione delle reti, infrastrutture e terminali riceventi. All'esito dell'analisi, la piattaforma potrà essere qualificata dal punto di vista tecnologico come "Emergente", in "Transizione" o "Consolidata".

11. Per quanto riguarda l'analisi economica, l'Autorità ha individuato quali criteri di valutazione l'anno del lancio della prima offerta, le caratteristiche dell'offerta, il livello di diffusione della piattaforma e i ricavi per piattaforma (da offerte a pagamento e raccolta pubblicitaria). All'esito dell'analisi, la piattaforma potrà essere qualificata dal punto di vista economico come in fase di "Avvio", di "Maturità" o di "Declino".

12. Dall'analisi congiunta degli indicatori di tipo tecnologico ed economico, a cui si aggiunge anche la valutazione dell'esistenza di specifiche offerte di prodotti editoriali aventi ad oggetto eventi della competizione, confezionati sulla base delle diverse piattaforme, l'Autorità considera condizione sufficiente affinché una piattaforma sia emergente il fatto che la piattaforma stessa sia "Emergente" da un punto di vista tecnologico, ovvero in fase di "Avvio" da un punto di vista economico.

13. In esito alle valutazioni confluite nella delibera n. 665/09/CONS l'Autorità aveva individuato quali piattaforme rilevanti ai sensi del Decreto il DTT, il DTH, l'IPTV, la WEB TV, il Wireless mobile e il DVB-H, qualificando come emergenti l'IPTV, il Wireless mobile e il DVB-H e non emergenti il DTT, il DTH e la WEB TV.

14. Rispetto all'analisi svolta dall'Autorità in sede di prima applicazione dell'art. 14 del Decreto, l'analisi che segue percorre il medesimo ordine espositivo della delibera n. 665/09/CONS al fine di agevolare valutazioni di tipo comparativo, esaminando, per completezza, anche le piattaforme ivi qualificate come "non emergenti" le quali, a rigore, avrebbero tecnicamente potuto essere escluse dal campo di indagine.

3.1. LA PIATTAFORMA DTT

A. Valutazioni di tipo tecnologico

15. Nel febbraio 1997 l'ETSI ha individuato nello standard aperto DVB-T (ETSI EN 300 744 Digital Video Broadcast - Terrestrial) lo standard per la piattaforma digitale terrestre DTT (*Digital Terrestrial Television*). A livello europeo tale standard è stato utilizzato da tutti gli operatori di rete (Mux) che hanno realizzato le proprie reti diffusive terrestri.

16. Nel 2008 il comitato DVB-T ha presentato le specifiche all'ETSI (*European Telecommunications Standards Institute*) che ha fornito l'approvazione definitiva dello

standard DVB-T2 il 7 settembre 2009 (ETSI EN 302 755 V1.1.1 (2009-09)). Il gruppo DVB ha pubblicato nel 2009 le specifiche del nuovo standard DVB-T2, quale miglioramento dello standard DVB-T. Il nuovo standard, grazie all'utilizzo di tecniche più sofisticate di codifica dell'errore e di modulazione del segnale trasmesso, risulta più efficiente del precedente (in termini di numero di programmi trasmessi per canale terrestre) di un fattore pari a circa il 30-40%.

17. Dal punto di vista strettamente tecnico lo standard DVB-T2 rappresenta un'evoluzione tecnologica dello standard DVB-T e prevede alcuni miglioramenti rispetto al precedente standard DVB-T, quali la possibilità di utilizzo di codici correttori di errori LPDC (*Low Density Parity Check*) seguito da codici BCH (lo standard DVB-T prevedeva l'utilizzo di codici *Reed-Solomon* seguiti da codici convoluzionali), la possibilità di estendere alcuni parametri tecnici dello schema di modulazione OFDM (ad es. utilizzo di livelli aggiuntivi nello schema di modulazione come il 256-QAM, estensione del numero delle portanti come il 16K e il 32K, etc.) e la possibilità di adottare alcune innovazioni come *time-frequency slicing*, MISO, etc.

18. Tali requisiti forniscono maggiore efficienza alle prestazioni della piattaforma digitale terrestre rispetto ai sistemi di prima generazione, spendibile principalmente o con l'aumento dell'efficienza spettrale (ovvero più bit/s/Hz). In altri termini, a parità di banda, più canali TV oppure canali TV a qualità più alta, dove, a parità di tutti i parametri trasmissivi, l'incremento in termini di *bit rate* è pari a circa il 35/40%, o con l'aumento dell'efficienza energetica, nel senso che si avrà maggior copertura del territorio a parità di siti trasmettenti e della loro potenza oppure diminuzione della potenza dei siti a parità di copertura del territorio.

19. Dal punto di vista dell'adozione dello standard DVB-T2, questo comporta la compatibilità con l'infrastruttura di rete esistente, prevista per la piattaforma basata sullo standard DVB-T, e degli impianti d'antenna domestici già in uso, poiché viene modificata solo parte dell'elettronica in banda base, ovvero quella relativa al codificatore di canale ed in parte al modulatore. Alcuni ricevitori DVB-T2 ricevono normalmente anche i segnali DVB-T, mentre non è possibile l'inverso a causa delle differenze a livello hardware per via del nuovo sistema di decodifica e delle differenze del demodulatore. Nel panorama europeo, è stato preso in considerazione un processo parziale di migrazione verso l'evoluzione migliorativa di tale standard. Attualmente le offerte sono attive nel Regno Unito, con quattro canali in alta definizione, in Svezia con cinque canali e in Ucraina. In Italia lo standard DVB-T2 è utilizzato ad oggi da un solo operatore.

20. Per quanto riguarda la diffusione delle reti DTT nel panorama europeo, secondo quanto riportato da Digita ("Notizie e dati sul digitale terrestre dall'Italia e dall'estero", n. 34 - gennaio-febbraio 2012), il 29 novembre 2011 la Francia ha completato la transizione al DTT divenendo, dopo la Spagna, che ha completato lo *switch-off* nel mese di aprile 2010, il secondo grande Paese a prevalente ricezione terrestre interamente digitalizzato. Nel Regno Unito alla fine del 2011 sono divenute *all digital* 11 regioni su

15, ovvero il 65% circa della popolazione. Il 2012 sarà l'anno del completamento della transizione al digitale, che si concluderà il 24 ottobre con lo *switch-off* dell'Irlanda del Nord. Il passaggio di Londra, invece, avverrà qualche mese prima delle Olimpiadi, il 4 aprile 2012.

21. L'evoluzione delle reti DTT è legata al piano di transizione al digitale entro il 2012, secondo il processo di *switch-over* stabilito con decreto ministerialeche prevede un passaggio progressivo delle varie regioni italiane secondo una divisione territoriale in 16 aree da coinvolgere nello spegnimento delle trasmissioni in tecnica analogica a partire dal secondo semestre del 2008 fino alla metà del 2012. La prima regione interessata dallo *switch-off* è stata la Sardegna, ove tali attività hanno avuto luogo nel periodo compreso tra il 1° settembre ed il 30 di ottobre 2008. Nel corso del 2009 è stata completata la digitalizzazione anche in Valle D'Aosta, Alto Adige, Piemonte occidentale (Province di Torino e Cuneo), Trentino, Lazio e Campania. Nel corso del 2010 è stata completata la digitalizzazione per le seguenti aree geografiche: Piemonte orientale e Lombardia (incluse le province di Parma e Piacenza), Emilia Romagna, Veneto (incluse le province di Mantova e Pordenone) e Friuli Venezia Giulia. Nel corso del 2011 è stata completata la digitalizzazione di Liguria, Toscana e Umbria (incluse le province di La Spezia e Viterbo) e delle Marche. Infine nel corso del 2012 è prevista la digitalizzazione di Abruzzo, Molise (inclusa la provincia di Foggia), Basilicata, Puglia (incluse le province di Cosenza e Crotone), mentre Sicilia e Calabria completeranno la transizione al digitale dell'Italia per il 30 giugno 2012. A seguito di tali digitalizzazioni erano circa 14 milioni i cittadini coinvolti nel 2009, 22 milioni nel 2010, 8 milioni nel 2011, per un totale di oltre 45 milioni a fine del 2010 pari a circa oltre il 75% della popolazione italiana.

22. I ricevitori con standard DVB-T sono essenzialmente di tre tipi: *zapper*, che consentono la sola ricezione dei programmi trasmessi in tecnica digitale, decoder interattivi, dotati di piattaforma MHP e modem o altro apparato di connessione più evoluto (ADSL, etc.), che rende possibile l'utilizzo di tutti i servizi interattivi e decoder integrati (tra i quali iDTV), nei quali l'apparecchio (televisore, DVD, etc.) include al proprio interno un ricevitore televisivo per la televisione digitale.

23. Ad inizio 2004 i decoder esistenti erano solamente del tipo *zapper* e interattivo. A partire dal 2005 sono stati immessi sul mercato altri tipi di ricevitori come i ricevitori integrati (iDTV), e le schede DVB-T per PC. Nel mese di agosto 2011 la stima delle vendite complessive di ricevitori DTT venduti da febbraio 2004 ha oltrepassato i 55 milioni, secondo quanto indicato dal Rapporto DGTVi "Il mercato del digitale terrestre in Italia (GFK)" del dicembre 2011, di cui circa il 54,3% sono decoder digitali terrestri esterni e circa il 45,7% sono decoder digitali terrestri integrati in altri apparecchi.

24. Tenuto conto della completa adozione dello standard al livello europeo, dello sviluppo delle reti, nonché della circostanza che, con il processo di *switch-off* in corso, le trasmissioni in tecnica digitale terrestre sono destinate entro giugno 2012 a sostituire

completamente la trasmissioni in tecnica analogica, si ritiene che, dal punto di vista tecnologico, la piattaforma DTT sia “Consolidata”.

B. Valutazioni di tipo economico

25. La diffusione tra le famiglie italiane della piattaforma digitale terrestre è cresciuta a ritmi sostenuti negli ultimi anni. Secondo quanto riportato da Digita (“Notizie e dati sul digitale terrestre dall’Italia e dall’estero”, n. 34 - gennaio-febbraio 2012) il numero di famiglie al cui interno è presente almeno un decoder DTT è cresciuto sensibilmente passando da 7,6 milioni di famiglie a fine 2008 a 22,3 milioni di famiglie a fine 2011, con una penetrazione della piattaforma digitale terrestre dell’89,5%.

26. Secondo l’associazione DGTVi (IV Rapporto sulla Televisione Digitale Terrestre in Europa del maggio 2010), in Italia, la diffusione esclusiva della DTT sul televisore principale ha raggiunto a fine 2009 quota 9,5 milioni di abitazioni, pari al 39,4% del totale. Considerando però il numero di abitazioni in cui la DTT è presente su almeno un televisore, a fine 2009 la quota di penetrazione del digitale terrestre arriva al 63%, con 15,3 milioni di abitazioni e una crescita del 97%. Stando alle stime di Digital Monitor (“Wave 3a+3b 2011/2012 (dic/gen). Principali evidenze” di febbraio 2012), tra la fine del 2011 e l’inizio del 2012 la penetrazione della televisione digitale terrestre ha raggiunto 22,3 milioni di famiglie toccando l’88,9% dell’universo famiglie. Inoltre, sempre secondo Digital Monitor, nello stesso periodo di riferimento la disponibilità di decoder DTT, sia esterni che integrati, è stimata in 39,1 milioni di televisori, ovvero pari all’82% del totale dei TV set (in leggero ridimensionamento a seguito della dismissione di vecchi tubi catodici non digitalizzabili), facendo del decoder DTT quello di impiego prevalente tra gli utenti muniti di decoder, con quasi il 34%.

27. L’offerta televisiva digitale terrestre disponibile sulla televisione digitale terrestre si compone attualmente di circa 50 programmi in chiaro. Oltre ai canali nazionali, analogici e digitali, appartenenti ai gruppi editoriali già presenti in ambiente analogico (RAI, RTI, Telecom Italia Media, Gruppo l’Espresso, Television Broadcasting System), l’offerta televisiva terrestre si compone anche di un numero crescente di programmi di fornitori di contenuti indipendenti. Esistono poi circa 550 operatori locali, generalmente verticalmente integrati, che offrono al pubblico un servizio diffusivo ambito regionale o provinciale.

28. Dal 2008 al 2010 i ricavi derivanti dalle offerte a pagamento destinate alla televisione digitale terrestre sono passati da circa 300 milioni di euro a più di 600 milioni di euro. Secondo i dati dell’Osservatorio Agcom – III trimestre 2011, la piattaforma digitale terrestre raccoglie, a fine 2010, il 47% delle risorse derivanti dalle offerte televisive a pagamento e l’evidente crescita dei ricavi registrata nel corso degli ultimi 4 anni indica un forte sviluppo della piattaforma, la quale con ogni probabilità continuerà a rafforzare la sua posizione nell’ambito delle offerte televisive *pay* destinate

alla TV digitale terrestre. Con riferimento alla raccolta pubblicitaria, la progressiva sostituzione della tv analogica da parte del DTT comporterà probabilmente una pressoché totale traslazione dei ricavi della prima sulla seconda. I ricavi da tv gratuita consistono in oltre il 60% dei ricavi del settore televisivo.

29. Con riferimento alle offerte di prodotti audiovisivi aventi ad oggetto eventi delle competizioni assoggettate al Decreto, la piattaforma DTT genera, secondo i dati forniti dalla Lega Nazionale Professionisti Serie A, oltre il 20% dei ricavi, derivanti dalla cessione di pacchetti di diritti esclusivi e non esclusivi. In previsione della completa transizione delle reti terrestri a partire dal secondo semestre 2012 andranno attribuiti anche i ricavi degli organizzatori delle competizioni attualmente generati dalle reti analogiche e derivanti esclusivamente dalla cessione di diritti non esclusivi.

30. In considerazione della sua rapida crescita in termini di diffusione e di ricavi, si ritiene che, da un punto di vista economico, la piattaforma digitale terrestre abbia superato la fase di “Avvio” e che a breve, a *switch-off* ultimato, raggiungerà una fase di piena “Maturità”, divenendo la principale piattaforma digitale utilizzata dalle famiglie italiane.

Conclusioni sulla piattaforma DTT

31. Considerati il livello di crescita attuale della piattaforma DTT e soprattutto la circostanza che tale standard è destinato a sostituire completamente la trasmissione in tecnica analogica a seguito dello *switch-off* nel giugno 2012, si ritiene che la piattaforma DTT sia una piattaforma “Consolidata” da un punto di vista tecnologico, e in fase di “Maturità” da un punto di vista economico. Di conseguenza, si ritiene di poter confermare la valutazione alla base della delibera n. 665/09/CONS nel senso che la piattaforma DTT costituisca una piattaforma non emergente.

Quesito n. 1. Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla conferma della definizione della piattaforma digitale terrestre come non emergente?

3.2. LA PIATTAFORMA DTH

A. Valutazioni di tipo tecnologico

32. All'inizio degli anni '90 il consorzio europeo DVB (*Digital Video Broadcast*) ha individuato quale standard per la piattaforma digitale satellitare (DTH, *Direct To Home*) lo standard aperto DVB-S (*Digital Video Broadcast - Satellite*). Tale standard è il più

maturato tra quelli diffusivi pubblicati dal gruppo DVB ed è stato adottato per la diffusione satellitare praticamente a livello mondiale.

33. Recentemente, il gruppo DVB ha definito uno standard (DVB-S2), che rappresenta l'evoluzione migliorativa dello standard DVB-S. Tale standard, grazie all'utilizzo di tecniche più sofisticate di codifica dell'errore e di modulazione del segnale trasmesso, risulta essere più efficiente del precedente ed è attualmente utilizzato sia per la distribuzione sia per la diffusione dei segnali video via satellite per una trasmissione più efficiente dei servizi diffusivi. Tale standard utilizza i codici a controllo di parità LDPC ("*Low Density Parity Check*") combinati con vari formati di modulazione (QPSK, 16APSK e 32APSK). L'adozione nel DVB-S2 di queste tecniche innovative di codifica e modulazione garantisce un aumento di capacità dell'ordine del 30% rispetto al DVB-S nelle stesse condizioni di trasmissione, in modalità CCM (*Constant Coding & Modulation*), ossia con parametri di trasmissione fissi.

34. Il mercato della capacità satellitare in Europa è dominato da due operatori, Eutelsat ed Astra, che detengono congiuntamente una quota superiore al 90% del mercato. In particolare, la prima, dalla posizione orbitale 13° Est sull'arco equatoriale, mette in campo una flotta di 3 satelliti ad alta potenza denominati "*Hot Bird*", posizionati a costituire un cosiddetto "polo di ricezione diretta", mentre la seconda opera principalmente dalla posizione orbitale 19,2° Est.

35. L'offerta di servizi televisivi satellitari in Italia è fornita a pagamento dall'operatore SKY Italia e da altri piccoli operatori che forniscono offerte a pagamento, mentre Tivùsat, che è una piattaforma satellitare gratuita, oltre a replicare in versione integrale quasi tutta l'offerta digitale terrestre generalista, offre numerosi altri canali sia italiani che internazionali.

36. L'evoluzione della rete satellitare è avvenuta anche in termini quantitativi, come si evince considerando il numero di *transponder* utilizzati per la trasmissione dei programmi del *bouquet* a pagamento di SKY Italia, che attualmente diffonde i propri segnali da circa 25 *transponder* "*Hot Bird*"TM con un incremento pari a oltre il 20% rispetto al 2005. Attualmente si stima che, nel solo mercato italiano, siano presenti complessivamente oltre 7 milioni di ricevitori che possono ricevere le offerte DTH in modalità *free o pay*.

37. Tenendo conto dell'elevato grado di maturità raggiunto dallo standard, della sua diffusione a livello mondiale, nonché dello sviluppo dell'infrastruttura satellitare, si ritiene che la piattaforma satellitare possa considerarsi "Consolidata".

B. Valutazioni di tipo economico

38. Per quanto riguarda lo sviluppo economico che ha caratterizzato la piattaforma satellitare, va ricordato che in Europa la piattaforma DTH è stata operativa sin dall'inizio degli anni '90 con numerose offerte (Canal+, TPS, BSkyB, etc.). La

televisione digitale satellitare è stata la prima televisione digitale a diffondersi in Italia, grazie ai primi servizi a pagamento offerti dalle società Telepiù e Stream, quindi confluiti, a seguito della loro fusione nel 2003, in SKY Italia che, allo stato attuale, rappresenta il principale operatore a pagamento sulla piattaforma satellitare. Oltre alla *pay-TV*, la piattaforma satellitare vede la presenza di un gran numero di emittenti gratuite, sia nazionali che internazionali, nonché locali e di televendita.

39. Alla fine del 2008, 6 milioni di famiglie italiane utilizzavano principalmente la piattaforma satellitare per la visione di contenuti televisivi sia a pagamento sia *free*, secondo quanto riportato dal citato “TV Rapporto sulla Televisione Digitale Terrestre in Europa” di DGTVi. Nel 2010 tale dato è cresciuto fino a 8,7 milioni. In termini di penetrazione, la piattaforma satellitare rappresenta attualmente la seconda piattaforma televisiva in Italia. Considerando il primo accesso e valutando i dati relativi alla diffusione degli apparati per la ricezione della televisione satellitare, si ricava che circa il 35% delle famiglie italiane che hanno accesso alla TV utilizza tale piattaforma.

40. L’offerta di contenuti su piattaforma satellitare è articolata sia in offerte a pagamento, sia *free*. Per quanto riguarda le offerte a pagamento, l’offerta di SKY Italia comprende oltre 180 canali tematici video e circa 40 canali audio raggruppati in diversi pacchetti sottoscrivibili con la formula dell’abbonamento periodico. La sottoscrizione dei diversi pacchetti offre agli utenti la possibilità di acquistare anche singoli eventi in *pay per view*. I ricavi derivanti da offerte televisive a pagamento su piattaforma satellitare appaiono abbastanza consistenti nel tempo, e nel 2010 rappresentano, come nel 2008, oltre il 90% di tutti i ricavi da *pay tv*, come evidenziato nella Relazione annuale dell’Autorità del 2011.

41. La piattaforma DTH costituisce la principale origine di ricavi per gli organizzatori della competizione, con un’incidenza superiore al 50% dei ricavi complessivi derivanti dalla commercializzazione di pacchetti di diritti esclusivi, secondo i dati forniti dalla Lega Nazionale Professionisti Serie A. Peraltro, si rileva come il DTH sia l’unica piattaforma dove è attiva una specifica offerta in alta definizione di prodotti editoriali consistenti in immagini delle competizioni sportive oggetto del Decreto.

42. Anche la raccolta pubblicitaria su piattaforma satellitare, sebbene ben lontana dai valori della televisione analogica, ha registrato un notevole incremento negli ultimi anni. Dal 2008 al 2010 la raccolta pubblicitaria destinata alla piattaforma satellitare è più che raddoppiata, stando alla Relazione annuale dell’Autorità del 2011, passando da 112 milioni di euro a circa 240 milioni di euro.

43. Per quanto riguarda le offerte gratuite, si è registrata una buona penetrazione da parte della piattaforma satellitare Tivù Sat della società Tivù S.r.l, società partecipata da Rai, Mediaset e Telecom Italia Media, costituita nel 2008, che trasmette, attraverso la flotta di satelliti Hot Bird™, oltre la maggior parte dei canali nazionali diffusi sulla piattaforma digitale terrestre, anche altri canali italiani e internazionali, la cui fruizione è subordinata al possesso di una *smart card* e un decoder in grado di decrittare il sistema di accesso condizionato utilizzato da Tivù Sat.

44. In considerazione dell'elevata diffusione che la televisione satellitare ha raggiunto nell'ambito delle famiglie italiane che hanno accesso alla Tv, nonché dei ricavi, sia da *pay tv* sia da raccolta pubblicitaria, che tale piattaforma è stata in grado di generare, si ritiene che la piattaforma satellitare abbia raggiunto un elevato grado di "Maturità".

Conclusioni sulla piattaforma DTH

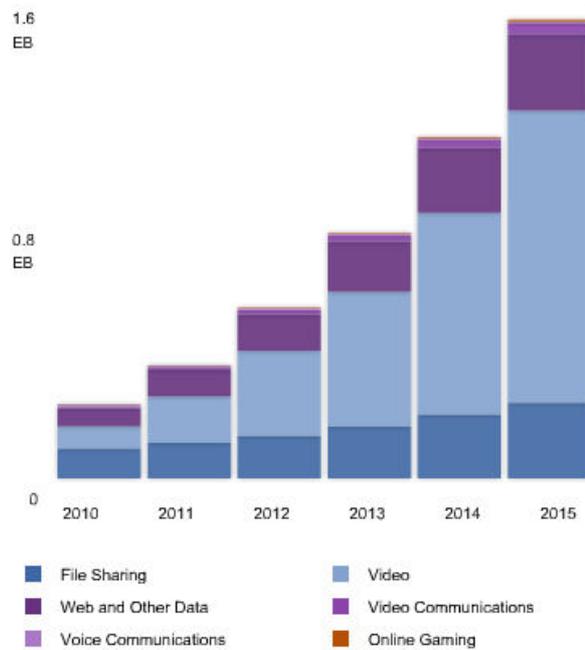
45. Il livello di sviluppo tecnologico, che vede uno standard maturo, nonché l'evoluzione delle reti, portano a concludere che la piattaforma DTH possa essere considerata "Consolidata". Inoltre, dato il tasso di penetrazione della piattaforma appare evidente che il DTH costituisca una piattaforma "Matura" dal punto di vista economico. Pertanto, si ritiene di poter confermare la valutazione alla base della delibera n. 665/09/CONS nel che la piattaforma DTH costituisca una piattaforma non emergente.

Quesito n. 2. Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla conferma della definizione della piattaforma satellitare come non emergente?

3.3. LA PIATTAFORMA DELLA TV SU IP

46. Rispetto all'indagine conclusasi con la delibera n. 665/09/CONS, che aveva portato ad individuare nella WEB TV e nella IPTV due piattaforme distinte, in considerazione del fatto che la prima si basa sulla distribuzione dei contenuti mediante una rete di accesso "aperta" e dunque indipendente dalla rete dell'operatore di telecomunicazioni, diversamente da quanto avviene per la seconda, dopo l'operatore esercita anche un controllo sui contenuti trasmessi, va preso atto che negli ultimi due anni le modalità attraverso le quali l'utente può accedere ai servizi televisivi sfruttando i sistemi trasmissivi basati sul protocollo IP si sono fortemente evolute. Ormai è infatti piuttosto diffusa la fruizione da parte dell'utente di una pluralità di offerte televisive utilizzando dispositivi disparati, dal televisore connesso alla rete (*connected tv*), al *tablet*, al *blu-ray*, alla *consolle*. La figura seguente riporta le stime di modalità di utilizzo della connessione a internet evidenziando la costante incidenza di contenuti audiovisivi.

Figura 1 - Modalità di uso del traffico IP (Fonte Cisco VNI)



*Cisco VNI June 2011

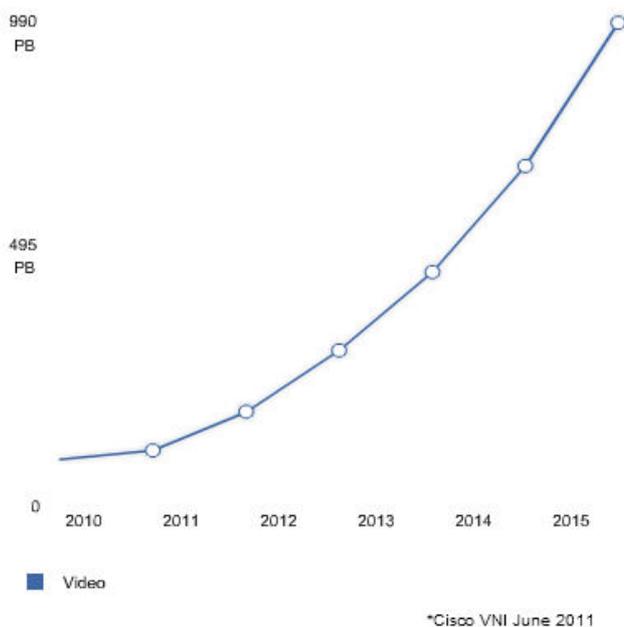
47. La compresenza di contenuti offerti da operatori tradizionali e dai cd. operatori *over-the-top* accessibili dal medesimo dispositivo ha finito con l’annullare la percezione della diversità dei servizi agli occhi dell’utente televisivo con accesso alla banda larga o ultra larga (NGN e NGAN), potendo egli navigare da un contenuto all’altro secondo i percorsi offerti dalle guide ai programmi (EPG) sui decoder o dalle interfacce (come i *Widget* o le *App*) dei dispositivi che vi danno accesso.

48. Se molteplici sono le porte di accesso ai contenuti in rete, tanto da rendere indifferente il dispositivo impiegato dall’utente, appaiono altresì attenuarsi le differenze in termini qualitativi delle tecnologie che sono alla base dei servizi offerti da parte degli operatori che utilizzano il protocollo IP per veicolare i contenuti audiovisivi e che hanno portato l’Autorità, nel 2009, ad individuare due piattaforme distinte. Tra la IPTV, che è trasmessa su una rete a banda larga privata (cd. *managed*) controllata direttamente dal service provider (TelCo o *broadcaster*) e che quindi garantisce direttamente la qualità del servizio (QoS), e la WEB TV, che è trasmessa sulla rete internet “aperta” (cd. *unmanaged*) e che dunque non può essere controllata direttamente dal *service provider* ma offre la QoS su base “*best effort*”, si colloca ora la televisione *over-the-top* (OTT-TV) che, pur trasmettendo sulla rete aperta, è in grado di garantire livelli adeguati di QoS tramite gli accorgimenti tecnologici del *content delivery network* (CDN) che l’utente percepisce come analoghi a quelli della IPTV.

49. Quanto ai contenuti trasmessi in rete, in tutti e tre i casi menzionati – IPTV, WEB TV e OTT-TV – si tratta sia di palinsesti, e dunque di trasmissioni lineari, sia di contenuti accessibili su richiesta dell’utente, e tra questi sia in modalità VOD, accedendo a singoli contenuti disponibili in un catalogo, che *catch-up* per vedere contenuti trasmessi originariamente in modalità lineare. Nel panorama dei contenuti accessibili appare tuttavia di gran lunga prevalente l’offerta non lineare, più rispondente alle esigenze dell’utente del consumare “*everywhere and anytime*”, come peraltro evidenziato dall’Autorità nel Libro bianco sui contenuti pubblicato nel gennaio 2011, in quanto consente all’utente di richiedere contenuti televisivi specifici, svincolati da un palinsesto predeterminato e fruibili in qualsiasi momento lo desidera. Le interfacce di navigazione tra i contenuti, che lasciano all’utente la possibilità di scegliere oltre il tipo di contenuto anche l’operatore che lo rende disponibile, hanno creato le condizioni per porre le singole offerte in competizione tra loro, diventando indifferente, agli occhi dell’utente, la modalità originaria di veicolazione del contenuto medesimo.

50. Il venir meno di rigide distinzioni tra le modalità di accesso ai contenuti, dei livelli di qualità del servizio e delle tipologie di offerta dei contenuti, fa propendere per un esame unitario dei diversi servizi televisivi veicolati attraverso la rete IP, che saranno di seguito considerati nell’ambito di un’unica piattaforma, quella della TV su IP.

Figura 2 - Dati utilizzati per contenuti video (fonte Cisco VNI)



A. Valutazioni di tipo tecnologico

51. Nello scenario complessivo della televisione su protocollo IP, la IPTV si configura come una piattaforma digitale i cui contenuti/servizi sono veicolati attraverso banda larga su una rete IP chiusa, gestita dagli stessi operatori di telecomunicazioni che forniscono il servizio di connessione. Pertanto, per l'IPTV non esiste uno standard aperto ed ogni operatore utilizza uno standard proprietario

52. I segmenti di rete utilizzati per le trasmissioni IPTV sono la rete di accesso, la rete *backbone* e la *Content Delivery Network* (CDN), la quale include i *Content Delivery Server*, in cui risiedono i contenuti da erogare, che possono essere distribuiti a livello territoriale fino al singolo *Point of Presence* (PoP). Grazie a questi server è possibile tracciare la fruizione dei contenuti da parte dei clienti e comunicare con i sistemi di commercio elettronico e di fatturazione. Inoltre, a differenza della televisione satellitare e digitale terrestre, l'IPTV è in grado di consentire agli utenti finali di fruire di servizi accessibili su richiesta in modalità *unicast* di *video-on-demand* (VOD), essendo la rete IP caratterizzata da un "canale di ritorno" grazie al quale gli utenti possono trasmettere informazioni oltre che riceverle attraverso *set-top-box* proprietari. A tal fine è necessario disporre di una connessione internet a banda larga, grazie alla quale sarà possibile ridurre al minimo il rischio delle improvvise interruzioni del segnale audiovisivo che invece caratterizza i collegamenti a banda stretta.

53. I servizi televisivi offerti dagli operatori IPTV sono stati sempre fortemente concentrati nelle principali aree metropolitane, dove gli stessi avevano sviluppato la propria rete. Dal 2004, Fastweb, il primo operatore in Italia a lanciare un servizio di IPTV, ha esteso la copertura di rete, e dunque l'offerta IPTV, ad un maggiore numero di città, così come anche le altre reti IPTV possono coprire la maggior parte dei capoluoghi italiani, le periferie e le aree ad elevata densità abitativa, tanto da raggiungere una copertura compresa tra circa il 30% ed il 50% della popolazione, pur se con una ridotta penetrazione tra gli utenti.

54. L'evoluzione tecnologica per la IPTV segue di pari passo l'evoluzione delle tecnologie di accesso alla rete e della tecnologia utilizzata per il *backbone* (IP/MPLS). Mentre le prime offerte IPTV erano basate su soluzioni ADSL (anche se Fastweb ha offerto sin da subito anche accessi in fibra ottica), attualmente la soluzione tecnologica utilizzata per l'accesso è l'ADSL2 e ADSL2+ (ULL o meno) e solo limitatamente la fibra ottica (FTTH), mentre le prestazioni tipiche della cd. banda ultra larga sono affidate alle reti NGAN (*Next Generation Access Network*). In ogni caso, l'evoluzione dei servizi IPTV è direttamente imputabile allo sviluppo della rete fissa in tecnologia IP sulla quale gli stessi sono veicolati. L'elemento distintivo della IPTV appare pertanto dato dal protocollo IP e dalle mature soluzioni tecnologiche proprietarie basate su tale protocollo e non dalla tecnologia della rete sottostante.

55. Al versante opposto del panorama dei servizi televisivi fruibili su protocollo IP si pone la WEB TV, che consente la fruizione di contenuti audio e video attraverso una rete IP aperta, senza il supporto di software specifici né di decoder, se non dei normali

player per la visualizzazione di contenuti media disponibili e tecnologicamente consolidati da tempo (per esempio, Windows Media Player, Quick Time, Real Player, etc.). Il fatto che l'accesso ai contenuti si basi su di una rete di accesso "aperta", cioè indipendente dalla rete dell'operatore di telecomunicazioni, non rende possibile per quest'ultimo l'esercizio del controllo sui contenuti erogati, diversamente da quanto accade per la IPTV.

56. L'accesso ai servizi di WEB TV può avvenire in *download*, nel senso che il contenuto è visualizzato dopo essere stato scaricato localmente sul proprio computer, o in modalità *streaming* (ad es. YouTube, sezioni multimedia di Corriere.it e Repubblica.it, etc.), con palinsesti lineari oppure *on-demand* (es. Cubovision di Telecom Italia), in forma gratuita o a pagamento. Le tecnologie trasmissive relative al *download* ed allo *streaming* sono da ritenersi mature e ben consolidate, e presenti da numerosi anni. I contenuti erogati possono essere prodotti professionalmente oppure generati direttamente dagli utenti (c.d. *User Generated Content*).

57. Per quanto riguarda i terminali riceventi, la fruizione dei contenuti della WEB TV in modalità *streaming* viene effettuata tramite software scaricabili da rete. I protocolli utilizzati sono quelli standard e consolidati oramai da tempo nel mercato (per esempio RTP, RTSP), usati per trasportare lo *stream* nei vari formati (MPEG2, MPEG-4, etc.).

58. In via mediana tra la IPTV e la WEB TV si pongono i servizi OTT, che consistono nella distribuzione di contenuti di diverso tipo, inclusi quelli tipicamente televisivi (OTT-TV), con servizi offerti non di tipo *walled-garden* come nel caso della IPTV, tramite connessione a banda larga su reti aperte, accessibili direttamente attraverso l'apparato televisivo domestico e/o anche attraverso una molteplicità di *device* (quali *smart-tv*, *consolle*, *tablet* etc) con una adeguata *Quality of service* (QoS). Questi servizi ibridi *broadcast/broadband*, che sono erogati attraverso internet "bypassando" gli operatori televisivi e di tlc (per estensione di imprese *over-the-top* si parla anche per indicare le più grandi *Internet company*), hanno attualmente un impatto limitato nel mercato televisivo italiano, ma si prevede un certo sviluppo nei prossimi anni. La naturale evoluzione di tale modalità di fruizione sarà quella di migrare sempre più verso lo schermo televisivo.

59. Per la fruizione dei contenuti televisivi offerti dai servizi OTT, a partire dal 2009 sono stati resi disponibili sul mercato dispositivi ibridi *Internet-enabled*, tali da consentire tramite l'apparecchio televisivo la fornitura e l'integrazione di offerte TV digitali tradizionali lineari e servizi *web-based* su richiesta (OTT-TV). Tale tipo di accesso tramite apparati televisivi avanzati con connessione internet viene comunemente chiamato *Internet Enabled Tv* (o *connected tv*). I maggiori costruttori di televisori hanno lanciato sul mercato diversi modelli di televisori *Internet Enabled* che sul retro del televisore presentano, oltre al normale ingresso di antenna, anche una porta *Ethernet* per collegarsi alla rete internet. Il normale telecomando del televisore possiede un tasto WEB che fa apparire sul display del televisore i *widget* – le interfacce grafiche,

solitamente icone, che permettono tramite l'utilizzo del telecomando di accedere e visualizzare contenuti disponibili su internet e di fruire di alcuni contenuti memorizzati su particolari siti web – selezionabili ed attivabili direttamente sullo schermo tramite i tasti direzionali del telecomando del televisore. Il collegamento alla rete internet può avvenire con diverse interfacce aggiunte esternamente come modem ADSL, o un adattatore *wireless* WiFi collegato a un modem ADSL. Questo sistema permette di accedere a un canale nell'area web, così come il *tuner* di ricevitori radio o tv permettono l'accesso alle frequenze.

60. Mentre nel caso della WEB TV la distribuzione del servizio è solitamente realizzata su base “*best effort*” con impossibilità di garantire un'adeguata QoS, le OTT-TV riescono a garantire livelli adeguati di QoS tramite accorgimenti tecnologici come le *content delivery network* (CDN). La CDN è infatti in grado di assicurare una migliore qualità del servizio attraverso un sistema di server collegati in rete attraverso internet che collaborano in maniera trasparente, per distribuire contenuti, specialmente contenuti multimediali di grandi dimensioni in termini di banda, agli utenti finali, al fine di ottimizzarne il processo di trasmissione. L'obiettivo di una CDN è di instradare una richiesta di contenuto sul nodo che viene individuato anche geograficamente come ottimale e rendere disponibili i contenuti in modo più efficiente. In tale modo i servizi che utilizzano questo tipo di architetture di rete danno vita a nuove forme di offerte di OTT-TV con qualità del servizio comparabili con quelle “*managed*” della IPTV.

61. Esistono allo stato attuale tecnologie proprietarie per i servizi di OTT-TV, ma recentemente è stato anche definito uno standard (ETSI, luglio 2010) denominato HbbTV (*Hybrid Broadcast Broadband TV*) in grado di combinare servizi televisivi diffusivi (DVB) con servizi offerti su internet utilizzando apparati televisivi (*connected tv*) e/o *set-top-box*. Un primo sviluppo delle offerte “ibride” di OTT-TV vede già impegnati alcuni *broadcaster* europei (in particolare Francia, Germania e Spagna) con alcune sperimentazioni di servizi interattivi erogati via internet su televisori connessi in standard HbbTV. Per esempio il *broadcaster* di servizio pubblico francese France Télévisions ha annunciato il prossimo lancio di servizi interattivi *Internet-delivered* attraverso la piattaforma digitale terrestre. Utilizzando lo standard HbbTV, il gruppo offrirà l'accesso ai portali Web dei canali France 2 e France 4, che contengono servizi di informazione, servizi meteo, funzionalità di social networking e accesso alla EPG. Servizi HbbTV sono già stati lanciati, oltre che da France Télévisions, anche in Germania, tra gli altri, da ARD, ZDF e Pro7 .

62. In considerazione di una certa evoluzione della tecnologia per le varie forme di TV via IP, legate in particolare allo sviluppo delle reti NGN e NGAN e alle implementazioni tecnologiche relative ai servizi OTT-TV, si ritiene che – in generale - la piattaforma della TV su IP, complessivamente intesa, si trovi in fase di “Transizione”, sotto il profilo tecnologico.

B. Valutazioni di tipo economico

63. Per quanto riguarda lo sviluppo della TV su IP in termini economici, la prima offerta di IPTV in Italia è stata quella di Fastweb nel 2001, alla quale si sono aggiunte successivamente le offerte IPTV di Telecom Italia (2007) e di Wind/Infostrada. A fine 2008 si sono registrati circa 500 mila utenti, pari al 2% delle famiglie italiane che hanno accesso alla TV. Tale valore nel 2009 ha registrato una crescita fino a 560 mila utenti, per poi calare nuovamente nel 2010 a 530 mila utenti, con stime del 2011 in ulteriore ribasso.

64. A differenza di quanto accade per le piattaforme digitale terrestre e satellitare, i provider di IPTV, fatta eccezione per i contenuti offerti in VOD, non dispongono di una propria programmazione di tipo premium, ma hanno concluso accordi con gli operatori Sky Italia e Mediaset per offrire ai propri utenti la possibilità di sottoscrivere i pacchetti premium che tali operatori propongono sulle rispettive piattaforme (digitale terrestre e satellitare).

65. Dal punto di vista dei ricavi, la dinamica di crescita della IPTV in Italia è piuttosto modesta. Da un lato, questo servizio è spesso venduto in *bundle* con i servizi di telefonia, per cui la corretta attribuzione della quota di ricavi imputabile al servizio IPTV all'interno della spesa complessiva dell'utente non sempre risulta agevole. Per altro verso, le fonti di ricavo della IPTV sono limitate: in quanto piattaforma chiusa ed a pagamento, i ricavi derivano prevalentemente dagli abbonamenti e dalla vendita di contenuti in VOD. In ogni caso, dal 2008 al 2010, i ricavi della IPTV sono cresciuti da 30 milioni di euro a 38 milioni (Osservatorio Agcom – III trimestre 2011), corrispondenti a poco più dell'1% dei ricavi complessivi da *pay tv*. Per quanto possano esservi fenomeni di sottostima del valore complessivo del mercato, si può comunque sostenere che, sotto il profilo di mercato, l'IPTV risulta caratterizzata da un basso livello di penetrazione in termini di utenti e da una incidenza marginale nell'ambito del mercato delle offerte televisive a pagamento. Il perdurare di tale condizione e le stime in ribasso per il 2011, inducono a considerare l'IPTV non in una fase declinante, circostanza peraltro avvalorata dalla prossima cessazione del servizio da parte del principale operatore.

66. Quanto all'accesso ai servizi televisivi su protocollo IP, essendo necessario disporre di banda larga, va sottolineato come la possibilità di fruire di tali servizi audiovisivi riguarda circa un terzo delle famiglie italiane. Stando alle stime di Digital Monitor ("*Wave 3a+3b 2011/2012 (dic/gen). Principali evidenze*" di febbraio 2012), a fine 2011 risultano circa 3,2 milioni di famiglie dotate di una "connected tv", di cui 2,6 milioni con contestuale collegamento alla banda larga. Il bacino potenziale è ancora più vasto, a metà 2011, si stima che siano oltre 13 milioni le famiglie che dispongono di un collegamento a banda larga di linea fissa, come mostrano i dati dell'Osservatorio Banda Larga (giugno 2009). Tuttavia, va considerato che non necessariamente tutte queste famiglie utilizzano tali servizi, i cui ricavi sono pertanto difficili da quantificare. Infatti, la natura ibrida degli OTT, che offrono contenuti audiovisivi integrati con una

molteplicità di servizi (social network, news...) non consente di effettuare una scorporazione netta di quelli derivanti unicamente dall'offerta di prodotti audiovisivi. Peraltro, la facoltà di disporre di contenuti audiovisivi via web su differenti *device*, conferma lo stato avanzato di sviluppo economico di tale piattaforma. Inoltre, la fase di transizione come sopra rilevata di alcune componenti tecnologiche della TV su IP, comporta essa stessa un incremento del potenziale numero di utenti e dei relativi ricavi.

67. Con specifico riferimento ai prodotti audiovisivi consistenti in eventi sportivi oggetto del Decreto, si rileva come l'incidenza di ricavi diretti sia molto ridotta in considerazione della prevalenza di offerte non esclusive e talvolta gratuite su questa piattaforma. Inoltre i diritti per la IPTV sono stati spesso inclusi come accessori all'interno di pacchetti destinati ad altre piattaforme, quali il DTT e il DTH.

68. In ragione delle considerazioni appena esposte, si valuta che la piattaforma della TV su IP, complessivamente intesa, sia da considerare "Matura" dal punto di vista economico.

Conclusioni sulla piattaforma della TV su IP

69. Se per un verso per l'IPTV è rilevabile la maturità raggiunta dalle tecnologie trasmissive utilizzate, fatto salvo lo sviluppo derivante dall'evoluzione verso prestazioni tipiche delle reti a banda ultra larga (NGN e NGAN), per i servizi offerti sulla rete aperta, sia *unmanaged* (WEB TV) che per certi versi *managed* (OTT-TV) si assiste ad una certa "Transizione" dal punto di vista tecnologico.

70. Sul piano economico, la diffusione dell'IPTV nel mercato italiano sembra volgersi verso una fase declinante, mentre l'elevato tasso di penetrazione dei servizi televisivi *web-based* e di utilizzo da parte dell'utenza, inducono a ritenere che essi non siano più in fase di "Avvio".

71. Alla luce delle suesposte considerazioni di carattere tecnologico ed economico, si ritiene che per la piattaforma della TV su IP come sopra configurata – sia pure con le precisazioni e le valutazioni prospettiche rappresentate – non siano allo stato individuabili le condizioni tipiche della piattaforma emergente.

Quesito n. 3. Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla qualificazione della TV su IP come piattaforma non emergente?

3.4. LA PIATTAFORMA “WIRELESS” PER LE RETI MOBILI (GSM, GPRS, UMTS, HSDPA, LTE)

A. Valutazioni di tipo tecnologico

72. La distribuzione di contenuti multimediali e informativi di vario genere, come trasmissioni televisive e video (spot), sport, *magazine*, cinema, *reality show*, *entertainment* su piattaforma “*wireless*” per le reti mobili, avviene attualmente grazie alle tecnologie GSM/GPRS/UMTS/HSDPA. Esse non consentono una trasmissione di tipo diffusivo, in quanto il mezzo non è puramente *broadcasting*, ma la comunicazione tipicamente di tipo *unicast* consente agli utenti di fruire dei cosiddetti contenuti *on-demand*.

73. I protocolli utilizzati sono quelli standard e consolidati oramai da tempo sul mercato (es. RTP, RTSP, etc.) usati per trasportare lo *stream* nei formati MPEG-4. Inoltre, le piattaforme di erogazione dei servizi supportano numerosi applicativi, al fine di garantire la compatibilità con un parco terminali più ampio possibile (per esempio Windows Media Player, Quick Time, Real Player etc.). I contenuti trasmessi sono sia di tipo live che registrati, ma anche protetti tramite l’inserimento del *Digital Rights Management* (DRM) e del *Conditional Access* (CA). I servizi UMTS contano attualmente su di una copertura estesa (oltre 80% della popolazione), ed è oramai in fase di forte sviluppo la tecnologia HSDPA. I terminali riceventi coincidono con i terminali mobili per ciascun tipo di tecnologia utilizzata ed includono i rispettivi applicativi per la visualizzazione e la gestione del video trasmesso. L’evoluzione della piattaforma *wireless* riguarda la fornitura di tali servizi tramite lo sviluppo della rete e delle tecnologie, ed in particolare la rete di quarta generazione 4G (LTE).

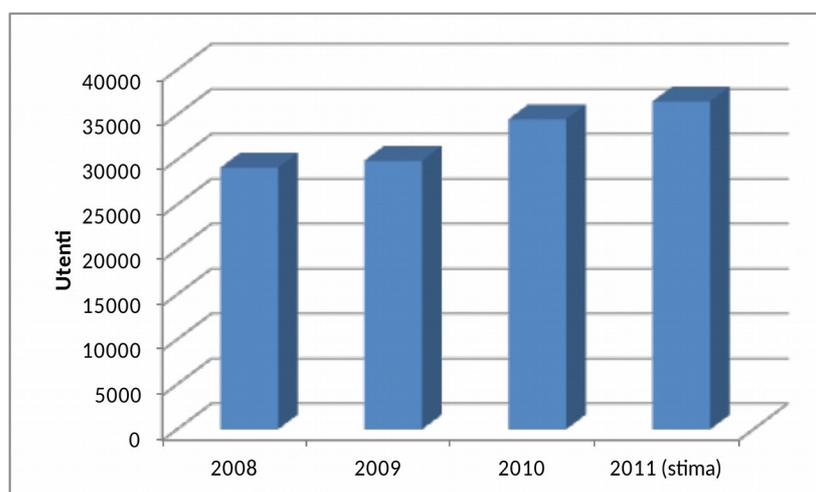
74. Il sistema LTE (*Long Term Evolution*) o anche 4G, è la più recente evoluzione degli standard di telefonia mobile cellulare che nasce come nuova generazione per i sistemi di accesso mobile a banda larga (*Broadband Wireless Access*) con velocità dell’ordine fino a 100Mbps. A fine 2011 si è conclusa in Italia l’asta pubblica per l’assegnazione delle licenze sulle frequenze destinate all’LTE. La tecnologia sarà sviluppata dai diversi operatori che hanno partecipato all’asta, i quali hanno già effettuato diverse sperimentazioni in varie città italiane. I prossimi operatori LTE hanno annunciato di voler lanciare il nuovo servizio commerciale nel 2012 anche se il lancio di massa è previsto nel 2013.

75. Da un punto di vista tecnologico la piattaforma *wireless* per le reti mobili appare trovarsi in fase “Consolidata” essendo il suo sviluppo condizionato dall’evoluzione dei sistemi a banda larga (LTE) e delle relative infrastrutture di rete, più che sulle tecnologie trasmissive, che appaiono sufficientemente mature.

B. Valutazioni di tipo economico

76. Lo sviluppo delle tecnologie a banda larga per la telefonia mobile ha consentito a un numero sempre maggiore di utenti di fruire dei servizi audiovisivi. A fine 2008 si registravano circa 30 milioni di utenti in grado di fruire di servizi *broadband* (UMTS/HSDPA), cresciuti ad oltre 34 milioni nel 2010 con stima di 36 milioni di utenti nel 2011, come evidenziato nella figura seguente.

Figura 3 – Utenti broadband mobile

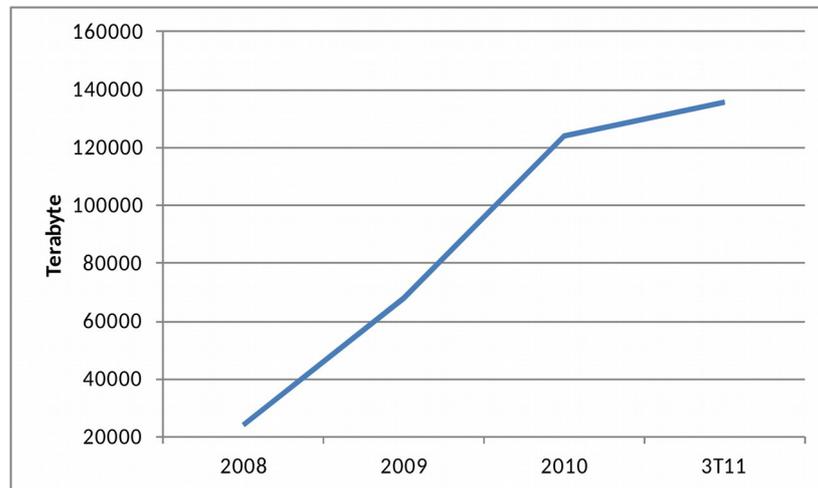


Fonte: Osservatorio Agcom (III trimestre 2011)

77. Stando ai dati forniti dagli operatori, le SIM attive nel traffico dati risultano pari a circa il 40% dei terminali. Solo una parte di tali utenti presumibilmente riceve regolarmente servizi audiovisivi su rete mobile. Il dato di ricavi del 2010, pari a circa 2,5 milioni (2,3 nel 2008) evidenzia una linearità delle entrate derivanti dai soli prodotti audiovisivi. A tale dato si affianca tuttavia una crescita esponenziale del traffico dati generato da terminali mobili, dai 24 terabyte registrati nel 2008 ai 120 del 2010, derivante dall'utilizzo di rete *broadband* mobile per la ricezione di servizi abitualmente forniti via reti *broadband* fisse, evidenziato nella Figura 4.

78. Occorre inoltre considerare elementi rilevanti quali la capacità delle connessioni mobili e le abitudini di consumo degli utenti. In Italia, si assiste ad un utilizzo delle connessioni mobili in luogo della connessione ad internet da rete fissa, sia tramite i terminali mobili, sia tramite le c.d. *connect card*, i cui utenti sono circa 6 milioni nel 2011. L'elevato tasso di penetrazione rende l'utilizzo di tali connessioni assimilabile alla fruizione di servizi e contenuti su internet tramite rete fissa, con gli opportuni adattamenti degli stessi ai formati dei terminali mediante la diffusione di applicazioni e *widget*, similmente a quanto avviene per i servizi OTT.

Figura 4 - Traffico dati broadband mobile



Fonte: Osservatorio Agcom (III trimestre 2011).

79. L'offerta di contenuti televisivi specifici disponibili per la piattaforma in esame presenta uno sviluppo poco costante, mentre è assai diffuso l'utilizzo per la fruizione di contenuti presenti su internet, ivi inclusi prodotti audiovisivi incorporati in servizi OTT. La crescita di traffico e di terminali evidenzia da un punto di vista economico il superamento della fase di "Avvio".

80. Per quanto riguarda l'offerta di diritti sportivi oggetto del Decreto, i diritti per il mobile costituiscono circa l'1% dei ricavi complessivamente generati dalla commercializzazione dei diritti su tutte le piattaforme, secondo i dati forniti dalla Lega Nazionale Professionisti Serie A.

Conclusioni sulla piattaforma Wireless su rete mobile

81. Con riferimento alla piattaforma mobile *wireless* va considerato come la tecnologia ad esse connessa abbia ormai raggiunto una adeguata maturazione, pur se in costante sviluppo verso forme più evolute di trasmissione dei contenuti grazie alla maggiore ampiezza della banda disponibile, al miglioramento delle performance legate al trasferimento dei dati e all'evoluzione delle infrastrutture nel passaggio da reti 3G a 4G. Ad oggi tale piattaforma ha raggiunto un livello di penetrazione significativo di cui danno evidenza ricavi in continua crescita, tanto che rispetto alla valutazione effettuata con la delibera n. 665/09/CONS, si ritiene superata la fase di avvio dal punto di vista economico e che pertanto non debba più essere considerata piattaforma emergente.

Quesito n. 4. Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione della piattaforma *wireless* su rete mobile come piattaforma non emergente?

3.5. LA PIATTAFORMA DVB-H

A. Valutazioni di tipo tecnologico

82. La piattaforma digitale terrestre in mobilità si basa sullo standard DVB-H (*Digital Video Broadcast - Handheld*). I lavori relativi alla definizione delle specifiche tecniche sono stati ultimati con la pubblicazione del relativo documento da parte dell'ETSI nel novembre del 2004. Nel 2008, la Commissione europea ha deciso di inserire lo standard DVB-H nell'elenco degli standard ufficiali dell'UE, al fine di promuovere l'offerta armonizzata di servizi di telecomunicazioni in tutta l'UE.

83. Grazie al carattere diffusivo (*broadcast*) del DVB-H, lo stesso contenuto può essere ricevuto contemporaneamente da un numero elevatissimo di utenti in mobilità, grazie all'uso integrato del protocollo IP, che rende possibile la trasmissione simultanea sullo stesso canale di pacchetti video (*stream DVB*) e di pacchetti dati sfruttabili da applicazioni presenti sul terminale ricevente (*IP Datacast*).

84. In alcuni paesi europei il lancio commerciale è stato effettuato mentre in altri paesi europei sono state effettuate prove e sperimentazioni. Si segnala però l'abbandono del servizio DVB-H da parte di alcuni operatori sia italiani sia europei. In termini prospettici si segnala l'evoluzione dello standard DVB-HS (*Digital Video Broadcasting-Handheld Satellite*) in banda S per utilizzo satellitare.

85. In Italia, le reti mobili DVB-H sono diventate operative a partire dalla metà del 2006 e comprendono sia impianti trasmissivi di tipo "tradizionale", analoghi a quelli utilizzati per le reti DTT, sia impianti secondari o "*gap filler*" che sono piccoli impianti con basse potenze dell'ordine di poche decine di Watt, isofrequenziali per permettere le coperture di determinate zone. Le reti DVB-H hanno presentato coperture abbastanza elevate (circa il 60-70% della popolazione) anche se non estese in zone non densamente popolate. Di conseguenza lo sviluppo di tali reti è stato significativo sia in termini di copertura raggiunta (sia *indoor* sia *outdoor*), sia per numero di infrastrutture.

86. Da un punto di vista tecnologico la piattaforma DVB-H appare una piattaforma "Consolidata" basandosi su standard maturi.

B. Valutazioni di tipo economico

87. Spostando l'attenzione su aspetti di natura economica, va sottolineato come, nonostante l'Italia sia stato il primo paese europeo a lanciare sul mercato servizi audiovisivi in standard DVB-H (maggio 2006), allo stato attuale non sono stati ancora raggiunti i risultati sperati. I dati a disposizione fanno altresì ritenere che i ricavi relativi alle offerte di servizi DVB-H mostrino un certo declino nel corso degli ultimi anni. Per esempio, nel periodo 2008-2009 per gli operatori dei telecomunicazioni attivi nelle offerte a pagamento su piattaforme mobili si evidenzia una riduzione del proprio peso

relativo (-0,4%), come riportato nella Relazione annuale dell'Autorità (2010 e 2011). Si segnala infine Vodafone e Telecom Italia hanno cessato le proprie offerte su questa piattaforma alla fine del 2010.

88. Data la ridotta diffusione della piattaforma DVB-H tra la popolazione italiana e l'esiguità dei ricavi generati, se paragonati a quelli derivanti dalla piattaforme più tradizionali (digitale terrestre e satellitare), tale piattaforma appare in fase di "Declino" da un punto di vista economico.

89. Per quanto riguarda l'offerta di diritti sportivi oggetto del Decreto, i diritti per il DVB-H non risultano aver generato ricavi significativi, secondo le informazioni trasmesse dalla Lega Nazionale Professionisti Serie A. I diritti per il DVB-H sono stati peraltro commercializzati come accessori ad altre piattaforme, come evidenziato dall'invito a offrire pubblicato sul sito internet della Lega.

Conclusioni sulla piattaforma DVB-H

90. Con riguardo al DVB-H, l'analisi effettuata ha mostrato come tale standard trasmissivo sia caratterizzato da una tecnologia ormai "Consolidata", mentre la piattaforma appare in "Declino" in termini economici, né si prevedono cambiamenti nel breve/medio periodo, diversamente da quanto ipotizzato dall'Autorità con la delibera n. 665/09/CONS che dava atto di un certo fermento in termini economici che, invece, ha subito un'inversione di tendenza, dettata principalmente dalla forte concorrenza esercitata dalla piattaforma mobile, peraltro esercitata principalmente dai medesimi soggetti attivi sul DVB-H, ed in grado pertanto di determinare un forte grado di sostituibilità dell'offerta. Si ritiene pertanto che la piattaforma non debba più essere considerata emergente.

Quesito n. 5. Si condivide l'orientamento in merito alla definizione della piattaforma DVB-H come piattaforma non emergente ?
--

4. CONCLUSIONI

91. La tabella che segue riporta una sintesi delle valutazioni di carattere tecnologico ed economico svolte in esito al presente procedimento istruttorio con riferimento alle diverse piattaforme per la diffusione di contenuti televisivi come sopra individuate:

PIATTAFORMA	ANALISI TECNOLOGICA	ANALISI ECONOMICA	EMERGENTE/NON EMERGENTE
DTT	CONSOLIDATA	MATURA	NON EMERGENTE
DTH	CONSOLIDATA	MATURA	NON EMERGENTE
TV SU IP	TRANSIZIONE	MATURA	NON EMERGENTE
WIRELESS MOBILE	TRANSIZIONE	MATURA	NON EMERGENTE
DVB-H	CONSOLIDATA	DECLINO	NON EMERGENTE

A seguito dell'analisi svolta, ai sensi dell'art. 14 del Decreto non appare individuabile, allo stato, alcuna piattaforma emergente;

VISTA la proposta formulata dalla Direzione Servizi Media;

UDITA la relazione dei Commissari Nicola D'Angelo ed Enzo Savarese, relatori ai sensi dell'art. 29 del Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA

Articolo 1

1. È sottoposta a consultazione pubblica la presente delibera che concerne l'individuazione delle piattaforme emergenti ai fini della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi, ai sensi dell'art. 14, del d.lgs. 9 gennaio 2008, n. 9 e dell'art. 10 del regolamento adottato con delibera n. 307/08/CONS.
2. Le modalità di consultazione sono riportate nell'allegato A alla presente delibera, di cui costituisce parte integrante.
3. Le comunicazioni di risposta alla consultazione pubblica dovranno pervenire entro 30 giorni dalla data di pubblicazione del presente provvedimento nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana.

La presente delibera è pubblicata integralmente sul sito web dell’Autorità e, priva dell’allegato A, nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana.

Napoli, 8 marzo 2012

IL PRESIDENTE

Corrado Calabrò

IL COMMISSARIO RELATORE

Nicola D’Angelo

IL COMMISSARIO RELATORE

Enzo Savarese

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE

Roberto Viola