

DELIBERA N. 564/11/CONS

PROVVEDIMENTO A SEGUITO DELLA CONSULTAZIONE INDETTA CON LA DELIBERA N. 427/11/CONS CONCERNENTE L'ART. 1, COMMA 2, DELLA DELIBERA N. 70/11/CONS RECANTE "RICOGNIZIONE DELLE MISURE STABILITE DALLA DELIBERA N. 136/05/CONS DEL 2 MARZO 2005 RECANTE "INTERVENTI A TUTELA DEL PLURALISMO AI SENSI DELLA LEGGE 3 MAGGIO 2004, N. 112"

L'AUTORITÀ

NELLA sua riunione di Consiglio del 3 novembre 2011;

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", ed in particolare, l'articolo 1, comma 6, lett. c), n. 11, pubblicata nel Supplemento ordinario n. 154/L alla Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana – serie generale – del 31 luglio 1997, n. 177;

VISTA la legge 6 agosto 1990, n. 223, recante "Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato" pubblicata nel Supplemento ordinario alla Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana – serie generale – del 9 agosto 1990, n. 185;

VISTO il decreto legge 23 gennaio 2001, n. 5, convertito, con modificazioni, dalla legge 20 marzo 2001, n. 66, come modificato dal decreto legge 30 dicembre 2005, n. 273, convertito con legge n. 51 del 23 febbraio 2006 e dal decreto legge 1° ottobre 2007, n. 159, convertito con legge 29 novembre 2007, n. 222;

VISTA la legge 3 maggio 2004, n. 112, recante "Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della RAI-Radiotelevisione italiana S.p.A., nonché delega al Governo per l'emanazione del testo unico della radiotelevisione" pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 5 maggio 2004, n. 104;

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, come modificato dal decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44, di attuazione della direttiva 2007/65/CE relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 73 del 29 marzo 2010, recante "Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici";

VISTA la legge 6 giugno 2008, n. 101 e, in particolare, l'art. 8-novies, come modificato dall'art. 45, comma 1, della legge 88/2009;

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. 136/05/CONS del 2 marzo 2005, recante “Interventi a tutela del pluralismo ai sensi della legge 3 maggio 2004, n. 112”, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana dell'11 marzo 2005, supplemento ordinario n. 35;

VISTA la delibera n. 181/09/CONS del 7 aprile 2009, recante “Criteri per la completa digitalizzazione delle reti televisive terrestri”, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana n. 99 del 30 aprile 2009;

VISTA la delibera n. 300/10/CONS del 15 giugno 2010, recante “Piano nazionale di assegnazione delle frequenze per il servizio di radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale: criteri generali” e successive modificazioni e integrazioni;

VISTA la delibera n. 497/10/CONS del 23 settembre 2010, recante “Procedure per l'assegnazione delle frequenze disponibili in banda televisiva per sistemi di radiodiffusione digitale terrestre e misure atte a garantire condizioni di effettiva concorrenza”, e , in particolare, gli articoli 4 e 5 , concernenti le misure atte a garantire condizioni di effettiva concorrenza;

VISTA la delibera n. 555/10/CONS del 28 ottobre 2010, recante “Procedimento per l'individuazione dei mercati rilevanti nell'ambito del sistema integrato delle comunicazioni”, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 267 del 15 novembre 2010;

VISTA la delibera n. 24/11/CONS del 20 gennaio 2011 recante le conclusioni dell'analisi del mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali (Mercato n. 18 tra quelli identificati dalla Raccomandazione sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi della Commissione Europea);

VISTA la delibera n. 70/11/CONS del 16 febbraio 2011, recante “Ricognizione delle misure stabilite dalla delibera n. 136/05/CONS del 2 marzo 2005 recante “Interventi a tutela del pluralismo ai sensi della legge 3 maggio 2004, n. 112”;

VISTA l'ordinanza del TAR del Lazio n. 2580/11, pubblicata in data 14 luglio 2011, sul ricorso proposto dalla società Sky per l'annullamento, previa sospensione cautelare, della delibera n. 70/11/CONS e di ogni altro atto connesso, che ha sospeso in

sede cautelare per motivi procedurali la predetta delibera; in particolare il Giudice di I grado ha statuito che *“con la delibera n. 70/11 è stata introdotta una disciplina innovativa rispetto a quanto previsto dall’art. 1, comma 1, lett. B) n. 1 della precedente delibera n. 136/05, mentre il procedimento amministrativo adottato sembra essere stato modulato in relazione alla natura asseritamente confermativa della stessa delibera”*;

VISTA la delibera n. 427/11/CONS del 22 luglio 2011 con la quale, alla luce di quanto rilevato in fase cautelare dal Giudice di I grado, la predetta delibera n. 70/11/CONS è stata sottoposta a consultazione pubblica della durata di quarantacinque giorni, ai fini di una nuova eventuale deliberazione, limitatamente al disposto dell’articolo 1, comma 2, che dispone l’abrogazione della misura di cui all’articolo 1, comma 1, lett. b), n. 1 della delibera n. 136/05/CONS ;

AVUTO riguardo alle osservazioni formulate dai soggetti che hanno fatto richiesta di partecipazione alla consultazione, che di seguito si sintetizzano

Posizioni principali dei soggetti intervenuti

Un soggetto, nel concordare con la ricognizione effettuata dall’Autorità con la delibera oggetto di consultazione, ha auspicato l’apertura di un procedimento istruttorio, nell’ambito del mercato rilevante della televisione in chiaro individuato dall’Autorità con delibera n. 555/10/CONS, volto a prevedere un incisivo obbligo di destinazione di capacità trasmissiva a fornitori di contenuti indipendenti anche dopo la data dello *switch off* delle reti digitali terrestri e a prescindere dagli specifici obblighi previsti dall’art. 4 della delibera n. 497/10/CONS stabiliti per la rete oggetto di eventuale aggiudicazione dagli operatori di tipo “B”, ovvero RAI, Elettronica Industriale e Telecom Italia Media Broadcasting, nonché l’introduzione di ulteriori misure deconcentrative. Con riferimento alla misura di cui all’art. 1, comma 1, lett. b) della delibera n. 136/05/CONS, si concorda con quanto prospettato dall’Autorità, atteso che dopo la ricognizione effettuata permane comunque l’obbligo di separazione societaria delle due concessionarie di raccolta pubblicitaria del gruppo Mediaset.

Un soggetto ha rilevato che l’Autorità avrebbe dovuto sospendere la delibera n. 70/11/CONS atteso che l’ordinanza 2580/11 del TAR avrebbe lasciato intendere *prima facie* fondati sia i rilievi di carattere procedurale che quelli di carattere sostanziale, mentre Publitalia sta continuando a vendere gli spazi pubblicitari secondo la nuova modalità organizzativa. Con riferimento alla consultazione il soggetto ha rilevato che, dal punto di vista metodologico, la consultazione pubblica andava effettuata su uno schema di provvedimento, prima dell’adozione della decisione finale per cui vi è mancanza di chiarezza sulla delibera n. 70/11/CONS, atteso che la stessa: i) non avrebbe chiarito quale sarebbe la fonte e la data di abrogazione della misura stabilita dall’art. 1, comma 1, lett. b), n. 1 della delibera n. 136/05/CONS; ii) produrrebbe un’incertezza giuridica, correlata al fatto che non è chiaro se l’Autorità intenda adottare un nuovo e diverso provvedimento; iii) sarebbe stata adottata in assenza

di un'analisi con previa verifica delle quote di mercato dei soggetti operanti nei mercati rilevanti del SIC. La revoca della misura oggetto di consultazione nell'attuale fase di transizione tecnologica sarebbe pertanto in contrasto con la *ratio* della delibera n. 136/05/CONS, che era quella di evitare che la dominanza nel mercato delle reti terrestri analogiche si traslasse sul mercato delle reti digitali terrestri. Il medesimo soggetto ha rilevato, inoltre, che il mercato della raccolta pubblicitaria sul mezzo televisivo produce effetti non solo sulla concorrenza, ma anche, in ultima analisi, sul pluralismo televisivo, come sarebbe dimostrato anche dall'Indagine conoscitiva sul settore della raccolta pubblicitaria avviata dall'Autorità con la delibera n. 402/10/CONS. Pertanto, egli ritiene necessaria anche una valutazione dell'impatto prodotto dai nuovi canali digitali terrestri in termini di *performance* economiche e di pluralismo. Alla luce delle osservazioni formulate, il soggetto ritiene illegittima e inopportuna la revoca della misura in esame, in considerazione delle problematiche di ordine concorrenziale e pluralistico che ancora caratterizzano il settore televisivo e, in particolare, il mercato della raccolta pubblicitaria su mezzo televisivo e reputa, viceversa, necessaria l'adozione di ulteriori misure regolamentari volte ad evitare che la posizione lesiva del pluralismo di R.T.I. si consolidi anche in ambiente digitale.

Un soggetto ritiene non giustificata, dal punto di vista dell'evoluzione del mercato, la scelta dell'Autorità di rivedere la disciplina stabilita dalla delibera n. 136/05/CONS considerato che: i) il processo di *switch off* non si è ancora completato e sono presenti alcune rilevanti criticità; ii) con la delibera n. 70/11/CONS non è stata operata una mera ricognizione, ma è stato introdotto un nuovo regime che necessitava di una procedura di consultazione; iii) è stata abrogata una delle misure stabilite in capo a Publitalia senza introdurne una nuova; iv) i listini di Publitalia, sin da dicembre 2010, offrono pacchetti "1+1" (un programma canali ex analogici +1 programma canali digitali) in una logica di *bundle*. Pertanto egli richiede: a) l'introduzione del divieto di ricorso ai *bundle*; b) l'adozione di un provvedimento formale che traduca in un obbligo formale il nuovo assetto organizzativo prospettato (i.e. di avvalersi di due società distinte, una per i canali gratuiti e uno per il pay), non ritenendo sufficiente la sua adozione unilaterale su base volontaria; c) l'apertura di un'istruttoria per la verifica delle posizioni dominanti sul mercato pubblicitario televisivo e interventi strutturali che dovrebbero coinvolgere sia l'Autorità che il Legislatore, per recepire le indicazioni formulate nel 2004 dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato, in occasione della chiusura dell'Indagine conoscitiva sul settore televisivo.

Secondo un soggetto l'analisi del mercato televisivo contenuta nella delibera n. 136/05/CONS non è stata superata dal mutato contesto tecnologico, normativo e regolamentare e la misura che imponeva la separazione della vendita della pubblicità dei canali in chiaro tra analogico e digitale aveva l'obiettivo di evitare il trascinarsi della posizione dominante nel mercato della televisione analogica al mercato della televisione digitale. La rimozione dell'obbligo posto in capo a RTI consente alla concessionaria del Gruppo di vendere i propri servizi "a pacchetto", collocando congiuntamente gli spazi pubblicitari dei canali generalisti con quelli di canali nativi digitali, spingendo così

l'inserzionista a preferire i canali digitali di Mediaset a discapito di quelli di altri operatori nuovi entranti o minori. Secondo tale soggetto, dai dati desumibili dalle Relazioni annuali dell'Autorità al Parlamento risulta che RTI abbia incrementato la propria quota di mercato dal 2003 ad oggi, anche in presenza di un calo degli ascolti delle tre reti generaliste. Il soggetto ritiene pertanto necessario l'avvio di un'analisi di mercato, da parte dell'Autorità, della televisione in chiaro, considerato che anche la delibera n. 555/10/CONS si limita a identificare i canali rilevanti nell'ambito del SIC, ma non procede alla valutazione delle posizioni dominanti all'interno degli stessi.

Secondo un soggetto la previsione di una clausola di rivedibilità, nella delibera n. 136/05/CONS dimostra che l'Autorità può procedere ad una verifica di attualità dei presupposti anche al di fuori dell'attività di analisi dei mercati del SIC, che è prevista in via normativa e che non avrebbe reso necessaria l'apposizione alla delibera citata di alcuna clausola di rivedibilità. La nuova definizione dei mercati rilevanti effettuata dall'Autorità con la delibera n. 555/10/CONS, che ha individuato il mercato della televisione in chiaro e quella a pagamento, impedisce qualsiasi ulteriore segmentazione del mercato della televisione in chiaro, che distingue ciascuna delle singole fonti di finanziamento per farne oggetto di un separato mercato, secondo il modello di delimitazione dei mercati della delibera n. 136/05/CONS; mentre la precedente delibera di individuazione dei mercati del SIC, applicata dalla delibera n. 136/05/CONS, prevedeva in modo espresso la possibilità di un'ulteriore segmentazione dei mercati, fino ad individuare un distinto mercato della pubblicità televisiva, la delibera n. 555/10/CONS, viceversa, assume espressa posizione opposta sul punto. Inoltre, il solo elemento rappresentato dall'attuale ridottissima diffusione della trasmissione analogica presso la popolazione mostra, di per sé, la non attualità dei presupposti della delibera n. 136/05/CONS a prescindere da qualsiasi ulteriore analisi delle condizioni concorrenziali del mercato televisivo in chiaro. Secondo tale soggetto la nuova modalità organizzativa della raccolta pubblicitaria rispecchia il nuovo contesto tecnologico in atto sulle reti digitali terrestri, di recente fotografato dalla delibera n. 555/10/CONS che individua come mercati rilevanti, appunto, quello della televisione in chiaro e quello della televisione a pagamento. Premesso che già il mero dato della marginalità dell'attuale diffusione della tecnologia analogica mostra di per sé l'obsolescenza del criterio di separazione societaria utilizzato dalla delibera n. 136/05/CONS, con riferimento al mercato televisivo in chiaro egli osserva che non sussistono preclusioni di tipo concorrenziale né lesioni del pluralismo alla luce: i) dell'accesso di nuovi soggetti ad infrastrutture di trasmissione; ii) della quantità, diversificazione e composizione dell'offerta disponibile attraverso la nuova piattaforma; iii) della pressione concorrenziale dei nuovi servizi di comunicazione al pubblico di audiovisivi via internet, nella raccolta pubblicitaria. Sussiste inoltre una pressione concorrenziale dei servizi pay nella raccolta pubblicitaria. Inoltre, il soggetto evidenzia la vigenza di tutte le altre misure previste dalla delibera n. 136/05/CONS, tra le quali l'obbligo di osservare il limite del 12% di affollamento orario nella programmazione televisiva digitale terrestre fino alla data di cessazione prevista dalla legge per la cessazione delle trasmissioni televisive in tecnica analogica e quello della trasparenza dei listini di

Publitalia. Infine, egli auspica che l'Autorità voglia tenere conto delle criticità evidenziate rispetto al mercato dei servizi pay e della sua interrelazione concorrenziale con il mercato dei servizi gratuiti e consideri l'assoluto difetto dei presupposti per il mantenimento della misura oggetto di consultazione.

Osservazioni dell'Autorità

Preliminarmente, si reputa opportuno illustrare il percorso logico-argomentativo che ha portato alla consultazione sulla delibera n. 70/11/CONS.

La delibera n. 136/05/CONS, rubricata "*Interventi urgenti a tutela del pluralismo ai sensi della legge 3 maggio 2004, n. 112*", si inseriva in un contesto nel quale la televisione digitale terrestre era appena ai suoi esordi e, pertanto, recava una esplicita clausola di rivedibilità delle misure ivi adottate, prevedendo testualmente che "*Le misure di cui all'art. 1 sono rivedibili alla luce dell'evoluzione dello scenario competitivo entro dodici mesi e, in ogni caso, all'esito della verifica delle quote del sistema integrato delle comunicazioni*"(art. 3, comma 1). Nel dare conto di tale carattere di transitorietà la delibera argomentava che "*Il graduale passaggio attualmente in corso dal sistema di trasmissione analogico a quello digitale rende viepiù necessaria la condizione di transitorietà delle misure*" e che "*L'Autorità ne valuta l'efficacia [delle misure] all'interno di un mercato in fase di transizione tecnologica*" (par. 133). Inoltre la delibera stabiliva che "*Le misure previste dall'art. 2, comma 7, della legge 249/97 assumono carattere temporaneo, in quanto destinate ad avere efficacia fintantoché resti immutato lo stato dei fatti che ne ha motivato l'applicazione*" (par. 132 enfasi aggiunta) e che "*la scelta delle misure da adottare non è circoscrivibile a priori, ma va orientata secondo le esigenze specifiche dei mercati considerati, nel rispetto del criterio di proporzionalità che impone di soddisfare l'interesse pubblico prevalente, nel caso di specie il pluralismo, con il minor pregiudizio possibile di tutti gli altri interessi considerati, ovvero quello degli operatori in posizione lesiva del pluralismo*"(par. 131).

Con la comunicazione del 29 ottobre 2010 (prot. n. 63120), la società R.T.I. S.p.a. ha prospettato all'Autorità l'intenzione di avvalersi della società Publitalia'80, concessionaria per la raccolta pubblicitaria dei propri canali analogici diffusi in *simulcast*, per la raccolta pubblicitaria relativa alla propria offerta gratuita erogata su reti televisive terrestri e della società Digitalia, costituita in adempimento a quanto previsto dall'art. 1, comma 1, lett. b), n. 1 della delibera n. 136/05/CONS, per la raccolta pubblicitaria relativa alla propria offerta a pagamento su reti digitali terrestri, illustrando le ragioni di tale nuova organizzazione.

Con lettera dell'Autorità del 14 dicembre 2010 (prot. n. 71894) è stato comunicato alla società R.T.I. S.p.a. che la modalità organizzativa prospettata, alla luce dell'evoluzione dello scenario tecnologico e di mercato e delle risultanze dell'analisi dei mercati rilevanti del settore televisivo nell'ambito del SIC, non appariva in pregiudizio della *ratio* delle misure adottate dall'Autorità con la delibera n. 136/05/CONS, dal

momento che restavano comunque separate le due società di raccolta pubblicitaria, fermi restando gli altri obblighi di comunicazione e non discriminazione previsti dalla citata delibera in capo alla concessionaria Publitalia.

In seguito a tale comunicazione l'Autorità ha ravvisato la necessità di effettuare una ricognizione di tutte le misure stabilite dalla delibera n. 136/05/CONS e delle sue modalità di attuazione alla luce delle rilevanti novità del quadro normativo, regolamentare, tecnologico e di mercato relativo alla radiodiffusione televisiva intervenute dopo l'adozione della citata delibera, al fine di individuare quelle che risultano tuttora vigenti.

La ricognizione delle misure stabilite dalla delibera n. 136/05/CONS e delle sue modalità di attuazione, secondo la delibera n. 70/11/CONS, ha trovato fondamento nella citata clausola di rivedibilità, la quale a sua volta impone di valutare il permanere dell'efficacia delle misure in un mercato in fase di transizione tecnologica. In tale delibera sono stati descritti i cambiamenti del quadro normativo, tecnologico e di mercato intervenuti dal 2005 in poi, i quali hanno a vario titolo inciso sulle misure previste dalla delibera n. 136/05/CONS. Tale analisi è stata effettuata – stante il carattere di temporaneità delle misure stabilite dalla delibera n. 136/05/CONS – secondo il principio del *rebus sic stantibus*, vale a dire in relazione al mutamento dello stato dei fatti e nel rispetto del criterio di proporzionalità che impone, come sopra descritto, di soddisfare l'interesse pubblico cui le citate misure sono preordinate “*con il minor pregiudizio possibile di tutti gli altri interessi considerati, ovvero quello degli operatori in posizione lesiva del pluralismo*”.

All'esito di tale ricognizione la citata delibera ha individuato espressamente, per ragioni di certezza giuridica e di massima trasparenza nei confronti delle imprese, le misure da intendersi tuttora in vigore, facendo altresì esplicita menzione della misura che, invece, era da intendersi non più efficace a far data dal 14 dicembre 2010, cioè la misura di cui all'articolo 1, comma 1, lett. b), n. 1, relativa all'obbligo imposto a RTI di avvalersi di una concessionaria di pubblicità diversa da Publitalia per la raccolta pubblicitaria per le trasmissioni in tecnica digitale terrestre diverse dal *simulcast*, già attuata attraverso la costituzione della società Digitalia.

Nelle premesse del citato provvedimento per ciascuna misura introdotta dalla delibera n. 136/05/CONS sono state esposte le motivazioni che supportavano o il venir meno di tale misura o il mantenimento della sua efficacia. Come è agevole rilevare, alcune misure sono venute meno per sopravvenuta regolamentazione della materia ad opera di fonti successive (art 1, comma 1, lett. a), n. 1 e n. 2), altre non hanno mai acquistato efficacia non essendosi verificato l'evento cui le stesse erano subordinate (art. 1, comma 1, lett. c), n. 1).

Relativamente alle misure concernenti il gruppo Mediaset, che avevano impatto sulla raccolta pubblicitaria, nella delibera n. 70/11/CONS si rilevava, in sintesi, che:

- la misura dell'art 1, comma 1, lett. b), n. 2), relativa al divieto imposto a RTI di trasmettere messaggi pubblicitari in misura superiore al 12 per cento di ogni ora a partire dal 30 giugno 2005 era da considerarsi vigente fino alla data prevista dalla legge per la cessazione delle trasmissioni televisive analogiche (2012), salva la sua rivedibilità;
- la misura dell'art. 1, comma 1, lett. b), n. 1, relativa all'obbligo imposto a RTI di avvalersi di una concessionaria di pubblicità diversa da Publitalia per la raccolta pubblicitaria per le trasmissioni in tecnica digitale terrestre diverse dal *simulcast* era da intendersi "abrogata" - giusta lettera inviata dall'Autorità alla società RTI in data 14 dicembre 2010 - sulla base della clausola di rivedibilità stabilita dall'articolo 3, comma 1, della delibera n. 136/05/CONS ed alla luce dell'evoluzione dello scenario tecnologico determinatosi nel periodo successivo all'adozione della delibera, che vede la diffusione della televisione analogica terrestre ormai residuale rispetto alla diffusione della televisione digitale terrestre, e di quello di mercato nonché delle risultanze dell'analisi dei mercati rilevanti del settore televisivo nell'ambito del SIC di cui alla delibera n. 555/10/CONS;
- la misura di cui all'articolo 1, comma 1, lett. d), n. 2) relativa all'obbligo imposto a Publitalia di praticare condizioni trasparenti, eque e non discriminatorie nella vendita di spazi pubblicitari, dando separata evidenza degli eventuali sconti applicati ai singoli prodotti, era da considerarsi vigente a tutela degli operatori nuovi entranti del digitale terrestre fino alla cessazione delle trasmissioni analogiche.

Pertanto, con la delibera n. 70/11/CONS l'Autorità ha posto in essere un processo meramente ricognitivo della situazione sottostante a ciascuna misura della delibera 136/05/CONS al fine di attualizzarle al presente stato dei fatti, agendo in base alla clausola di rivedibilità e utilizzando il criterio di proporzionalità come sopra illustrato.

Alla luce dell'ordinanza del TAR del Lazio n. 2580/11 del 14 luglio pronunciata sul ricorso proposto dalla società Sky per l'annullamento previa sospensione cautelare della delibera n. 70/11/CONS, nella quale il Giudice ha statuito che "*con la delibera n. 70/11 è stata introdotta una disciplina innovativa rispetto a quanto previsto dall'art. 1, comma 1, lett. B) n. 1 della precedente delibera n. 136/05, mentre il procedimento amministrativo adottato sembra essere stato modulato in relazione alla natura asseritamente confermativa della stessa delibera*", l'Autorità ha rilevato l'opportunità di sottoporre a consultazione pubblica, ai fini di una nuova eventuale deliberazione, la predetta delibera n. 70/11/CONS nella parte in cui dispone "l'abrogazione" della misura in parola.

All'esito di tale consultazione ed in funzione di controdeduzioni alle osservazioni formulate dai soggetti intervenuti, si formulano le seguenti valutazioni.

Con riferimento alle osservazioni secondo le quali vi sarebbe mancanza di chiarezza su quale sarebbe la fonte e la data di abrogazione della misura stabilita

dall'art. 1, comma 1, lett. b), n. 1 della delibera n. 136/05/CONS nonché un'incertezza giuridica del procedimento posto in essere, in quanto non è chiaro se l'Autorità intenda adottare un nuovo e diverso provvedimento all'esito della consultazione pubblica, si osserva quanto segue.

Come sopra evidenziato, l'Autorità con la delibera n. 70/11/CONS ha effettuato un'attività ricognitiva dei presupposti enunciati dalla delibera n. 136/05/CONS, alla luce della clausola di rivedibilità delle misure ivi contenuta. Tale attività ricognitiva ha portato a rilevare come lo scenario normativo, tecnologico e di settore sia significativamente cambiato dal 2005 ad oggi sia per le importanti novità introdotte nel quadro normativo e regolamentare di riferimento, sia per il passaggio, attualmente in fase di avanzato completamento, dalla televisione analogica alla televisione digitale terrestre. In particolare, in relazione all'avanzamento della digitalizzazione del segnale televisivo terrestre secondo il calendario dello *switch-off* stabilito dal decreto del Ministro dello sviluppo economico in data 10 settembre 2008, e successive modificazioni e integrazioni, alla fine del 2010 il 70 % della popolazione italiana era raggiunta dal segnale digitale, mentre solo il 30% della popolazione usufruiva ancora delle trasmissioni analogiche. Tale percentuale scenderà alla fine del 2011 al 20%, a seguito degli imminenti *switch-off* delle Regioni Liguria, Toscana, Marche e Umbria, per raggiungere l'intera popolazione italiana con la definitiva cessazione di tutte le trasmissioni analogiche alla data del 30 giugno 2012 fissata dal citato decreto ministeriale.

L'inverarsi di tale situazione – del tutto diversa rispetto a quella esistente all'epoca di adozione della delibera n. 136/05/CONS, in base alla quale la diffusione televisiva digitale terrestre avveniva solo a livello di sperimentazione senza che neanche la calendarizzazione del percorso per pervenire allo *switch-off* delle reti analogiche fosse stata fissata¹ –, appare già di per sé sufficiente e idonea a ritenere non più ragionevole e proporzionale il mantenimento della (sola) misura che impone a RTI di avvalersi di due distinte società di raccolta pubblicitaria, una per le trasmissioni analogiche in *simulcast* e una per le trasmissioni digitali terrestri, in quanto ne risulterebbe un obbligo destinato a produrre effetti su un mezzo destinato a una parte del tutto minoritaria della popolazione, vieppiù in costante diminuzione.

Con la delibera n. 70/11/CONS, pertanto, non è stata adottata un'abrogazione in senso tecnico della citata misura, ma si è preso atto dell'intervenuto mutamento delle circostanze sulle quali la medesima si fondava, con conseguente venir meno della ragione che ne imponeva il mantenimento, in quanto un'organizzazione delle concessionarie di pubblicità del gruppo modulata sulla ripartizione televisione

¹ L'art. 8-novies della legge 101/2008 ha introdotto la calendarizzazione del passaggio al digitale, dopo che la legge 222/07 (art. 16, comma 4) ha fissato la data del definitivo spegnimento del segnale televisivo analogico al 2012. Il decreto ministeriale 10 settembre 2008, in attuazione delle disposizioni della legge 101/2008, ha fissato il calendario dello *switch-off* prevedendo la cessazione di tutte le trasmissioni televisive analogiche alla data del 30 giugno 2012.

analogica/televisione digitale non rifletteva più la realtà esistente, con la conseguenza che il mantenimento di tale misura organizzativa sarebbe stato irragionevole e non proporzionato allo scopo. E ciò anche alla luce dell' ormai prossimo esaurimento di tutte le misure contemplate dalla delibera n. 136/05/CONS, che si poneva come orizzonte temporale massimo quello della cessazione delle trasmissioni televisive analogiche, a quell'epoca fissato dalla legge all'anno 2006.

Quanto all'osservazione relativa all'assenza di un'analisi con previa verifica delle quote di mercato dei soggetti operanti nei mercati rilevanti del SIC e alla richiesta di non revocare la misura in esame, ma semmai di adottare ulteriori misure regolamentari, si osserva quanto segue.

La delibera n. 136/05/CONS stabiliva una rivedibilità delle misure alla luce dello scenario competitivo entro dodici mesi dalla sua emanazione e, in ogni caso, all'esito "della verifica delle quote del sistema integrato delle comunicazioni". Quindi, la rivedibilità delle misure all'esito della verifica delle quote del SIC è un'opzione subordinata nel tempo, essendo la prima opzione percorribile – già dopo lo spirare dei dodici mesi dall'entrata in vigore della delibera n. 136/05/CONS – e cioè quella della rivedibilità "alla luce dell'evoluzione dello scenario competitivo". Si è già dato ampiamente conto, sia nella delibera n. 70/11/CONS, sia nella delibera n. 427/11/CONS, dell'evoluzione determinatasi a seguito della modifica del quadro normativo e regolamentare di riferimento e, soprattutto, dello sviluppo tecnologico che vede la diffusione televisiva analogica ormai in via di esaurimento, e tanto basterebbe a ritenere non dovuto (anche) l'espletamento dell'ulteriore verifica relativa alle quote del SIC.

In ogni caso, con specifico riferimento all'analisi del SIC, occorre rilevare che l'Autorità con la delibera n. 555/10/CONS, ad esito di una lunga fase di consultazione pubblica, ha completato il procedimento per l'individuazione dei mercati rilevanti nell'ambito del SIC, sulla base del decreto legislativo n. 177/2005 (Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici). All'esito di tale procedimento sono stati individuati in qualità di mercati rilevanti del settore televisivo il mercato della televisione in chiaro e il mercato della televisione a pagamento, mentre, con riferimento al mercato della raccolta pubblicitaria, l'Autorità ha rilevato che *"la pubblicità non rappresenta un mercato rilevante a se stante, ma una risorsa che, nell'ambito del singolo mezzo, concorre a determinare i ricavi afferenti il settore di riferimento"*(pag. 240 e seguenti dall'allegato A alla delibera n. 555/10/CONS). Pertanto, l'analisi del sistema integrato delle comunicazioni condotta sulla base della normativa sopravvenuta alla delibera n. 136/05/CONS, ha modificato il mercato rilevante posto a base delle misure fissate con la citata delibera.

L'indagine conclusasi con la delibera n. 136/05/CONS era stata avviata con la delibera n. 326/04/CONS la quale, sulla base del disposto dell'art 14 della legge 112/2004, aveva individuato come mercato rilevante su cui condurre le verifiche *"quello*

televisivo e le relative fonti di finanziamento”, specificando (par. 19) che tali fonti di finanziamento erano costituite dalla pubblicità, dal canone di abbonamento al servizio pubblico e dagli abbonati alla televisione a pagamento . La stessa delibera n. 136/05/CONS riconosceva, poi, al procedimento avviato con la delibera n. 326/04/CONS un “*carattere di specialità che impone all’Autorità di adottare le proprie decisioni in base ad una lettura sistematica delle norme di riferimento e tenendo conto del fatto che ad esso seguiranno ulteriori analisi:l’analisi del c.d. mercato 18 relativo ai servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali così come individuato dalla Raccomandazione della Commissione 2003/311/CE e l’analisi del sistema integrato delle comunicazioni* “(par. 110).

Ebbene, nel lasso di tempo trascorso dall’adozione della delibera n. 136/05/CONS l’Autorità non solo ha effettuato l’analisi del sistema integrato delle comunicazioni che ha portato – come detto - all’individuazione di un mercato rilevante diverso da quello posto a base della citata delibera, ma ha dato corso anche all’annunciata analisi del mercato 18. Tale analisi ha portato, dapprima, all’adozione della delibera n. 159/08/CONS del 9 aprile 2008, nella quale sono stati individuati alcuni obblighi in capo agli operatori notificati come aventi significativo potere di mercato (Rai ed RTI) relativamente ai servizi di trasmissione televisiva in tecnica analogica (segnatamente obblighi in materia di accesso e di uso di determinate risorse di rete, di trasparenza, di non discriminazione, di separazione contabile). Successivamente, con la delibera n. 24/11/CONS del 20 gennaio 2011, anche sulla base delle novazioni normative nel frattempo intervenute (di cui si è dato conto anche nella ricognizione effettuata dalla delibera n. 70/11/CONS), l’Autorità ha identificato come mercato rilevante quello nazionale dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri, comprendente sia le trasmissioni analogiche che quelle digitali, tenuto conto che la tecnica digitale sostituirà completamente entro il 2012 la tecnica analogica e ha ritenuto tale mercato non suscettibile di regolamentazione *ex ante*, non risultando soddisfatti i tre criteri della Raccomandazione della Commissione europea 2007/879/CE (c.d. triplo test).

Da quanto sopra esposto deriva che nessuna ulteriore misura pro-concorrenziale a tutela del pluralismo può essere imposta in applicazione della delibera n. 136/05/CONS, essendo nel frattempo mutato il quadro di analisi ad essa sottostante: da un lato il mercato rilevante derivante dall’analisi del SIC, sicché oggi le verifiche e le valutazioni ex art. 43 del Testo unico non potranno che essere condotte sulla base dei mercati rilevanti individuati dalla delibera n. 555/10/CONS; dall’altro l’individuazione del mercato dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri comprendente sia le reti analogiche in via di dismissione sia le reti digitali, che è stato ritenuto non suscettibile di regolamentazione *ex ante*.

Quindi l’Autorità, con la delibera n. 70/11/CONS ha percorso l’unica opzione consentita in merito alle misure introdotte con la delibera n. 136/05/CONS, cioè quella di effettuare la loro ricognizione allo scopo di aggiornare le misure che ancora risultavano vigenti in base alla situazione odierna in virtù della clausola di rivedibilità

ivi contenuta, sottoponendo, inoltre, a consultazione pubblica la valutazione operata circa la misura prevista dall'art. 1, comma 1, lett. b), n. 1 della delibera n. 136/05/CONS.

Sotto altro profilo si osserva che l'accertata perdita di efficacia della misura organizzativa che imponeva a Publitalia di effettuare solo la raccolta pubblicitaria per i canali analogici e *simulcast*, a seguito dell'evoluzione tecnologica intervenuta, non è di per sé idonea a produrre il *vulnus* paventato in consultazione, alla luce del mantenimento delle altre misure introdotte dalla delibera n. 136/05/CONS volte ad evitare il rischio di una traslazione della posizione di forza nella raccolta pubblicitaria analogica del gruppo Mediaset in ambiente digitale.

Si tratta della misura che impone a Publitalia di praticare condizioni trasparenti, eque e non discriminatorie nella vendita di spazi pubblicitari, dando separata evidenza degli eventuali sconti applicati ai prodotti e di trasmettere all'Autorità periodicamente la documentazione comprovante il rispetto di tale obbligo, e della misura che impone a RTI di non raccogliere pubblicità oltre il 12% orario sui canali "nativi" digitali.

Tali misure appaiono idonee, anche in presenza della diversa organizzazione aziendale secondo la quale Publitalia svolge raccolta pubblicitaria per le trasmissioni televisive in chiaro e Digitalia per le trasmissioni a pagamento, ad evitare il *vulnus* paventato da alcuni partecipanti alla consultazione relativo all'offerta di pacchetti in una logica di *bundle*, che possa spingere l'inserzionista a preferire i nuovi canali digitali di RTI rispetto a quelli dei concorrenti.

Premesso che un'eventuale attività di *bundle* contrario ai principi della concorrenza avrebbe potuto essere praticata dal gruppo anche se non fosse stata rimodulata l'organizzazione della raccolta pubblicitaria tra le concessionarie Publitalia e Digitalia, si osserva che la misura maggiormente idonea ad evitare tale comportamento è appunto quella della trasparenza dei listini, misura che non è mai venuta meno ed anzi è stata considerata vigente dalla delibera n. 70/11/CONS, a tutela degli operatori nuovi entranti del digitale terrestre, fino alla cessazione delle trasmissioni analogiche.

A supporto della necessità del mantenimento di tale misura la delibera n. 70/11/CONS ha espressamente richiamato il paragrafo 141 della delibera n. 136/05/CONS secondo il quale *"una misura che può ritenersi proporzionata e adeguata allo scopo perseguito consiste nel monitorare le condotte commerciali della concessionaria di pubblicità notificata, con particolare riferimento all'eventuale esistenza di sconti personalizzati e modalità di vendita a pacchetto: in tal modo l'operatore può collocare congiuntamente a spazi televisivi di maggiore ascolto fasce di minore attrattiva per l'investitore, impedendogli, di fatto, di diversificare il proprio investimento su diversi editori o mezzi di trasmissione. Pertanto, si ritiene opportuno imporre alla concessionaria di pubblicità la trasmissione all'Autorità della documentazione relativa alla vendita di spazi pubblicitari, onde verificare la trasparenza e non discriminazione delle condotte commerciali"*.

Sull'altro versante, il mantenimento del divieto imposto a RTI di trasmettere messaggi pubblicitari nella programmazione televisiva digitale terrestre diversa dal *simulcast* in misura superiore al 12 per cento di ogni ora, che per effetto della delibera n. 70/11/CONS mantiene la sua vigenza fino alla data prevista dalla legge per la cessazione delle trasmissioni televisive in tecnica analogica, fa sì che la società non possa saturare oltre quel tetto la pubblicità trasmessa sui nuovi canali digitali, tutelando con tale asimmetria la capacità di espansione dei canali digitali degli altri concorrenti che in base alla normativa vigente usufruiscono di tetti pubblicitari più ampi.

La rimodulazione delle attività di Publitalia e Digitalia in conseguenza della ormai residuale diffusione di programmi televisivi analogici, oltre che rispondente al principio di proporzionalità sottostante alle misure adottate con la delibera n. 136/05/CONS, non è quindi di per sé idonea a produrre effetti sostanziali nel sistema della raccolta pubblicitaria tra reti analogiche e reti digitali, men che meno quelli paventati in consultazione, in considerazione della permanenza delle due citate misure, sulle quali l'Autorità ha esercitato ed esercita la propria vigilanza.

L'Autorità, nel notificare a Publitalia la delibera n. 70/11/CONS, nella quale è stato riaffermato l'obbligo imposto alla società di praticare condizioni eque, trasparenti e non discriminatorie nella vendita di spazi pubblicitari, dando separata evidenza degli eventuali sconti applicati ai singoli prodotti, ha altresì richiesto alla società, in sede di vigilanza anche alla luce della nuova modalità organizzativa, di inviare costantemente all'Autorità tutti gli elementi utili a verificare la sussistenza delle citate condizioni di trasparenza, equità e non discriminatorietà, con particolare riferimento alla scontistica e alla vendita in abbinamento di pubblicità sulle reti analogiche e digitali in chiaro. Publitalia, nel trasmettere la documentazione richiesta, ha precisato che i nuovi listini di Publitalia, in vigore dal 27 marzo 2011, promuovono l'offerta commerciale dei canali ex analogici e dei nuovi canali digitali in chiaro del gruppo Mediaset, declinando le offerte in più modalità, che permettono ai clienti di acquistare in modo flessibile, secondo le proprie esigenze di pianificazione, con possibilità di acquisto di singoli spot o gruppi di spot su ciascun canale, ex analogico e digitale, oppure scegliere tra differenti combinazioni su vari canali. Publitalia ha altresì precisato che *“ciascun utente è del tutto libero di pianificare i propri investimenti pubblicitari, scegliendo la specifica offerta televisiva di suo interesse; in particolare, l'offerta Publitalia si caratterizza per il massimo livello di disaggregazione, visto che è prevista la possibilità di acquistare anche un singolo spot, in qualsiasi fascia oraria, su qualsivoglia canale, sia ex analogico, sia digitale terrestre”*. Publitalia, nel ricordare di aver sempre ottemperato agli obblighi previsti dalla delibera n. 136/05/CONS, ha inoltre fatto presente che *“l'abbinamento tra offerte ex analogiche e digitali, in particolare, rappresenta una mera possibilità offerta a coloro che siano interessati; anche nell'ambito di tale abbinamento, d'altro canto, è prevista un'ampia possibilità di scelta, sia dei canali ex analogici, sia dei canali digitali terrestri, meglio confacenti alle esigenze di comunicazione dell'utenza.”*

Tale posizione è stata ribadita da Mediaset anche nell'ambito dell'audizione tenutasi nel corso della consultazione pubblica, nella quale la società ha precisato che *“La separazione societaria, prevista dalla delibera n. 136/05/CONS sulla base di una non più attuale distinzione tra reti analogiche ed offerta digitale terrestre, è funzionale ad assicurare la trasparenza e la verificabilità delle politiche commerciali delle concessionarie; allo stesso scopo, la concessionaria Publitalia è tenuta, per effetto della medesima delibera, a specifici obblighi di trasparenza dei listini e delle condizioni economiche di offerta nei confronti dell’Autorità. La vendita “a pacchetto” della pubblicità è tema ben diverso: essa, che non è di per sé impedita dalla separazione societaria, può assumere rilevanza, a fini antitrust o di tutela del pluralismo, nell’ottica della delibera n. 136/05/CONS, soltanto qualora assuma carattere vincolante per l’inserzionista, vale a dire, ancora nell’ottica della delibera citata, quando l’acquisto di spazi pubblicitari nell’ambito dell’offerta digitale terrestre sia posto come condizione necessaria per accedere a spazi nell’ambito dell’offerta analogica. Soltanto in questo caso si è in presenza di un vero e proprio bundling, o di clausole c.d. “leganti”, che potrebbero, in ipotesi, produrre l’effetto di “leva” della posizione dominante, dall’analogico al digitale, temuto dalla delibera n. 136/05/CONS. Viceversa, non esiste bundling in senso tecnico-giuridico, né alcun effetto di “leva” della posizione dominante, quando la politica commerciale della concessionaria consente all’investitore la scelta tra acquisti di singoli spazi pubblicitari, per canale, fascia oraria, o programma, e varie possibili combinazioni di spazi, anche su differenti canali / fasce orarie / programmi, al solo scopo di agevolare l’inserzionista stesso nelle sue esigenze di pianificazione.*

Con riferimento alla vendita della pubblicità da parte della concessionaria Publitalia, R.T.I. osserva di aver sempre adempiuto e di continuare ad adempiere agli obblighi di praticare condizioni eque, trasparenti e non discriminatorie nella vendita degli spazi pubblicitari, stabiliti dalla delibera n. 136/05/CONS, misura cui il gruppo ottempera anche attraverso la notifica dei propri listini all’Autorità; inoltre, successivamente alla delibera n. 70/11/CONS, l’Autorità ha indirizzato a Publitalia un’articolata richiesta di informazioni, cui la società ha fornito analitica risposta. In cinque anni di applicazione della delibera 136/05/CONS, oltre che in occasione della richiesta di informazioni molto puntuale appena menzionata, non è mai risultato che Publitalia abbia realizzato politiche di bundling analogico – digitale, o secondo altri criteri..... La misura della separazione societaria, che ha natura strutturale, è distinta rispetto al tema della pratica di clausole leganti nella vendita degli spazi pubblicitari, che ha natura comportamentale; Publitalia non ha mai utilizzato clausole leganti, né le utilizza tuttora; il nuovo criterio di separazione societaria tra raccolta sui canali free e nelle offerte pay deve essere valutato esclusivamente alla luce della sua idoneità a garantire, nell’attuale contesto tecnologico e di mercato, la funzione di trasparenza e verificabilità delle politiche commerciali voluta dalla delibera n. 136/05/CONS con l’imposizione della misura della separazione societaria delle concessionarie; il tema delle clausole leganti è irrilevante in questa sede, sia per la sua diversità rispetto alla questione della separazione societaria, sia, soprattutto, perché Publitalia non ha mai utilizzato tale genere di clausole, come costantemente verificato dall’Autorità”.

Dalle verifiche effettuate sui listini tabellari trasmessi da Publitalia, relativi ai periodi 9 gennaio- 26 marzo, 27 marzo- 28 maggio e 29 maggio- 28 agosto 2011, è possibile rilevare la presenza di listini di offerta di singoli spot per ciascun canale sia *simulcast* analogico che solo digitale nelle fasce orarie di interesse dell'investitore (c.d. acquisti in libera). Sono inoltre presenti moduli che consentono la possibilità di acquistare un gruppo di spot, per singolo canale, distribuiti nell'arco della giornata, in fasce orarie prestabilite, indicate nel listino di riferimento (modulo monorete) e moduli di spot su più canali digitali terrestri (Modulo emissione contemporanea), moduli di spot che consentono di acquistare spot collocati in differenti momenti dei palinsesti di uno o più canali ex analogici, unitamente a un modulo monorete del canale digitale scelto dall'investitore (Target consumer) e offerte che prevedono l'acquisto di spot in abbinamento. Tali offerte sono tutte opzionali alla possibilità di acquistare singoli spot o pacchetti di spot su ciascun canale. Nel caso in esame dai listini inviati da Publitalia emerge che la concessionaria consente all'inserzionista di acquistare singoli spot collocati sui canali dell'offerta in chiaro (sia dei canali ex analogici che nativi digitali). Pertanto la vendita in abbinamento di spot o gruppi di spot dei canali ex analogici e dei canali nativi digitali costituisce una possibilità (e non un obbligo) offerta all'inserzionista nell'ambito della politica commerciale della concessionaria di pubblicità. Inoltre la circostanza che i listini siano notificati periodicamente all'Autorità, che vi esplica la sua azione di vigilanza, impedisce che possano essere posti in atto comportamenti discriminatori e preclude la formazione di prezzi privi di parametro di riferimento e quindi stabiliti discrezionalmente.

TUTTO CIO' PREMESSO

CONSIDERATO che dalla consultazione effettuata non sono emersi elementi tali da condurre ad una diversa valutazione rispetto a quella effettuata nella delibera n. 70/11/CONS, relativamente alla perdita di efficacia della misura di cui all'art. 1, comma 1, lett. b), n. 1) della delibera n. 136/05/CONS a far data dal 14 dicembre 2010 alla luce della situazione a quel momento accertata in relazione allo sviluppo tecnologico intervenuto e, in particolare, non sono stati esposti argomenti che contraddicano la ricognizione effettuata dall'Autorità sullo stato dello sviluppo intervenuto, dato sul quale appunto si fondava la valutazione sulla permanenza o meno della misura in esame;

RILEVATO, pertanto, che risulta confermata la valutazione effettuata in ordine alla sopravvenuta perdita di efficacia della predetta misura a far data dal 14 dicembre 2010;

CONSIDERATO che la perdurante vigenza degli obblighi di cui all'art 1, comma 1, lett. b), n. 2) e lett. d), n. 2, della delibera n. 136/05/CONS appare, altresì, idonea ad evitare il *vulnus* paventato in consultazione consistente nella possibilità che Publitalia, in dipendenza della nuova organizzazione aziendale, pratichi un sistema di

vendita a *bundle* in grado di comportare restrizione della concorrenza, anche in relazione alla costante attività di vigilanza sulle pratiche di vendita della predetta concessionaria di pubblicità effettuata dall'Autorità;

CONSIDERATO, in accoglimento di alcune osservazioni prospettate in consultazione, l'opportunità di disporre, da un punto di vista formale, l'obbligatorietà della riorganizzazione effettuata dalle società Publitalia e Digitalia a seguito della comunicazione dell'Autorità del 14 dicembre 2010, fino alla cessazione delle trasmissioni televisive analogiche;

RILEVATA, a seguito degli elementi emersi in consultazione, per ragioni di chiarezza giuridica ed ermeneutica, l'opportunità di revocare *ex tunc* l'articolo 1, comma 2, della delibera n. 70/11/CONS il quale, disponendo impropriamente l'abrogazione della misura di cui all'articolo 1, comma 1, lett. b), n. 1 della delibera n. 136/05/CONS, ha ingenerato i dubbi interpretativi di cui sopra;

UDITA la relazione dei Commissari Stefano Mannoni e Sebastiano Sortino, relatori ai sensi dell'art. 29 del Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA

Articolo 1

1. E' confermata la valutazione effettuata nella delibera n. 70/11/CONS, relativamente alla perdita di efficacia della misura di cui all'art. 1, comma 1, lett. b), n. 1) della delibera n. 136/05/CONS a far data dal 14 dicembre 2010, alla luce della situazione a quel momento accertata in relazione allo sviluppo tecnologico intervenuto.

Articolo 2

1. E' resa obbligatoria la suddivisione delle attività di raccolta pubblicitaria dei canali diffusi da RTI consistente nella raccolta pubblicitaria delle offerte televisive in chiaro da parte di Publitalia e delle offerte televisive a pagamento da parte di Digitalia fino alla cessazione delle trasmissioni televisive analogiche.

Articolo 3

1. E' revocato *ex tunc* l'articolo 1, comma 2, della delibera n. 70/11/CONS del 16 febbraio 2011.

Articolo 4

1. Per quanto non diversamente disposto dalla presente delibera resta fermo quanto previsto dalla delibera n. 70/11/CONS .

La presente delibera è notificata alle società RTI Spa, Publitalia Spa e Digitalia Spa ed è pubblicata nel sito web dell'Autorità.

Roma, 3 novembre 2011

IL PRESIDENTE
Corrado Calabrò

IL COMMISSARIO RELATORE
Stefano Mannoni

IL COMMISSARIO RELATORE
Sebastiano Sortino

per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Viola