

DELIBERA N. 97/24/CONS

**AVVIO DEL PROCEDIMENTO E DELLA CONSULTAZIONE PUBBLICA
CONCERNENTE L'INDIVIDUAZIONE DEI SINGOLI MERCATI CHE
COMPONGONO IL SISTEMA INTEGRATO DELLE COMUNICAZIONI, DI
CUI ALL'ARTICOLO 51, COMMA 2, DEL DECRETO LEGISLATIVO 8
NOVEMBRE 2021, N. 208**

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 17 aprile 2024;

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*”;

VISTO il Protocollo n. 29 sul sistema di radiodiffusione pubblica negli Stati membri, allegato al Trattato sull’Unione europea (*protocollo di Amsterdam*);

VISTA la risoluzione del Parlamento europeo, del 3 maggio 2018, sul pluralismo e la libertà dei media nell’Unione europea (2017/2209(INI));

VISTA la direttiva (UE) n. 2018/1808 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 novembre 2018 recante modifica della direttiva 2010/13/UE, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (*direttiva sui servizi di media audiovisivi*), in considerazione dell’evoluzione delle realtà del mercato;

VISTA la direttiva (UE) n. 2018/1972 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell’11 dicembre 2018, che istituisce il *Codice europeo delle comunicazioni elettroniche*;

VISTI gli “*Orientamenti per l’analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del quadro normativo dell’UE per le reti e i servizi di comunicazione elettronica (2018/C 159/01)*” (di seguito, anche gli “*Orientamenti*”);

VISTO il regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 giugno 2019, che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione *online*;

VISTA la comunicazione della Commissione europea al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale e al Comitato delle Regioni, del 3 dicembre 2020, “*Europe’s Media in the Digital Decade: An Action Plan to Support Recovery and Transformation*” (COM (2020) 784 *final*);

VISTE le conclusioni del Consiglio dell’Unione europea, del 7 dicembre 2020, sulla salvaguardia di un sistema mediatico libero e pluralistico (2020/C 422/08);

VISTI gli “*Orientamenti relativi all’applicazione pratica del criterio di funzionalità essenziale della definizione di «servizio di piattaforma per la condivisione di video» a norma della direttiva sui servizi di media audiovisivi*” (2020/C 223/02);

VISTA la risoluzione del Parlamento europeo, del 20 ottobre 2021, sui media europei nel decennio digitale: *un piano d’azione per sostenere la ripresa e la trasformazione* (2021/2017(INI));

VISTO il parere del Comitato economico e sociale europeo, adottato il 2 settembre 2021, sul tema “*Garantire la libertà e la diversità dei media in Europa*”;

VISTA la proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro comune per i servizi di media nell’ambito del mercato interno (legge europea per la libertà dei media) che modifica la direttiva 2010/13/UE (COM/2022/457 *final*);

VISTO il regolamento (UE) 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 ottobre 2022, relativo a un *mercato unico dei servizi digitali e che modifica la direttiva 2000/31/CE* (regolamento sui servizi digitali) (di seguito, anche “*DSA*”);

VISTA la raccomandazione del Consiglio d’Europa, del 7 marzo 2018, del Comitato dei Ministri agli Stati membri, *sul pluralismo dei media e la trasparenza della proprietà dei media* (CM/Rec(2018)1);

VISTA la legge 8 febbraio 1948, n. 47, recante “*Disposizioni sulla stampa*”;

VISTA la legge 5 agosto 1981, n. 416, recante la “*Disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l’editoria*”;

VISTA la legge 25 febbraio 1987, n. 67, recante il “*Rinnovo della legge 5 agosto 1981, n. 416, recante disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l’editoria*”;

VISTA la legge 7 marzo 2001, n. 62, recante le *“Nuove norme sull’editoria e sui prodotti editoriali e modifiche alla legge 5 agosto 1981, n. 416”*;

VISTO il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, recante il *“Codice delle comunicazioni elettroniche”* (di seguito, anche *“CCE”*);

VISTA la legge 14 novembre 2016, n. 220, recante la *“Disciplina del cinema e dell’audiovisivo”*;

VISTO il decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 207, recante *“Attuazione della direttiva (UE) 2018/1972 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell’11 dicembre 2018, che istituisce il Codice europeo delle comunicazioni elettroniche (rifusione)”*;

VISTO il decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, recante *“Attuazione della direttiva (UE) 2018/1808 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 novembre 2018, recante modifica della direttiva 2010/13/UE, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri, concernente il testo unico per la fornitura di servizi di media audiovisivi in considerazione dell’evoluzione delle realtà del mercato”* (di seguito, *“Tusma”*);

VISTO il decreto-legge 29 dicembre 2022, n. 198 recante *“Disposizioni urgenti in materia di termini legislativi”*, convertito con modificazioni dalla legge 24 febbraio 2023, n. 14;

VISTO il decreto del *Presidente del Consiglio dei ministri* dell’11 luglio 2023, recante *“Requisiti e parametri per l’iscrizione nell’elenco delle Agenzie di rilevanza nazionale”*;

VISTO il decreto del *Capo Dipartimento per l’informazione e l’editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri* del 10 novembre 2023, relativo all’Istituzione dell’Elenco delle Agenzie di stampa di rilevanza nazionale per il triennio 2024-2026;

VISTA la delibera n. 666/08/CONS, del 26 novembre 2008, recante *“Regolamento per l’organizzazione e la tenuta del registro degli operatori di comunicazione”* (d’ora in avanti, anche *“ROC”*), come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 224/23/CONS;

VISTA la delibera n. 353/11/CONS, del 23 giugno 2011, recante *“Nuovo regolamento relativo alla radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale”*, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 565/14/CONS (di seguito, *“Regolamento DTT”*);

VISTA la delibera n. 116/21/CONS, del 21 aprile 2021, recante l’*“Aggiornamento del piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre, delle modalità di attribuzione dei numeri ai fornitori di servizi di media audiovisivi autorizzati alla diffusione di contenuti audiovisivi in tecnica digitale terrestre e delle relative condizioni di utilizzo”*;

VISTA la delibera n. 265/22/CONS, del 19 luglio 2022, recante *“Regolamento recante la disciplina dei procedimenti in materia di autorizzazione ai trasferimenti di proprietà delle società radiotelevisive e dei procedimenti in materia di tutela del pluralismo di cui all’articolo 51, commi 3, 4, 5, 6 e 7, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208”* (di seguito, *“Regolamento”*);

VISTA la delibera n. 223/23/CONS, del 29 settembre 2023, recante *“Chiusura del procedimento per l’accertamento del valore del sistema integrato delle comunicazioni (SIC) per l’anno 2021”* e il relativo allegato A;

VISTA la delibera n. 295/23/CONS, del 17 novembre 2023, recante il *“Regolamento concernente la disciplina relativa al rilascio dei titoli autorizzatori alla fornitura di servizi di media audiovisivi e radiofonici via satellite, su altri mezzi di comunicazione elettronica e a richiesta”* (di seguito, *“Regolamento autorizzazioni”*);

VISTA la delibera n. 66/24/CONS, del 6 marzo 2024, recante l’*“Adozione delle linee guida volte a definire la metodologia specifica per la verifica dell’esistenza di posizioni di significativo potere di mercato lesive del pluralismo ai sensi dell’art. 51, comma 5, del d. lgs. 8 novembre 2021, n. 208”* e il relativo allegato A;

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante *“Adozione del nuovo Regolamento concernente l’organizzazione e il funzionamento dell’Autorità”*, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 434/22/CONS;

VISTA la delibera n. 383/17/CONS, del 5 ottobre 2017, recante *“Adozione del Regolamento recante la disciplina dell’accesso ai sensi degli articoli 22 e seguenti della 7 agosto 1990, n. 24 e degli articoli 5 e seguenti del decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33”*, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 205/23/CONS;

VISTA la delibera n. 107/19/CONS, del 5 aprile 2019, recante *“Adozione del Regolamento concernente le procedure di consultazione nei procedimenti di competenza dell’Autorità”*;

VISTE le richieste di informazioni inviate in data 27 marzo 2023 alle associazioni UPA – *Utenti Pubblicità Associati* e UNA – *Aziende della Comunicazione Unite* e alla società *Nielsen Media Italy S.r.l.*, aventi ad oggetto l’individuazione dei mercati che compongono il *sistema integrato delle comunicazioni*, di cui all’art. 51, comma 2, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, e le relative risposte, ricevute, rispettivamente, in data 28 aprile 2023, 15 maggio 2023 e 12 maggio 2023;

VISTO che la Corte europea dei diritti dell’uomo ritiene che l’articolo 10 della *Convenzione europea per la salvaguardia dei diritti dell’uomo e delle libertà fondamentali* (CEDU), rubricato “*Libertà di espressione*”, si applichi anche alla comunicazione pubblicitaria;¹

CONSIDERATO che l’art. 3, comma 1, lett. z) del *Tusma*, definisce quale SIC: “*il settore economico che comprende le attività di stampa quotidiana e periodica, delle agenzie di stampa, di editoria elettronica, anche per il tramite di Internet, di radio e servizi di media audiovisivi e radiofonici, cinema, pubblicità esterna, sponsorizzazioni e pubblicità online*” (enfasi aggiunta);

CONSIDERATO che, al comma 2 dell’art. 51, il *Tusma* chiarisce anche quali siano i ricavi che devono essere considerati dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (nel seguito, l’Autorità) ai fini delle quantificazioni necessarie all’espletamento dei compiti previsti nel medesimo comma 2, primo periodo:

“Al fine delle quantificazioni di cui al presente comma si considerano i ricavi realizzati in Italia anche da imprese aventi sede all’estero, che derivano da finanziamento di servizio pubblico radiotelevisivo, al netto dei diritti dell’erario, da pubblicità nazionale e locale anche in forma diretta, da televendite, da sponsorizzazioni, da convenzioni con soggetti pubblici a carattere continuativo e da provvidenze pubbliche erogate direttamente ai soggetti esercenti le attività indicate all’articolo 3, comma 1, lettera z), da offerte di servizi di media audiovisivi e radiofonici a pagamento, dagli abbonamenti e dalla vendita di quotidiani e periodici inclusi i prodotti librari e fonografici commercializzati in allegato, nonchè dalle agenzie di stampa a carattere nazionale, dall’editoria elettronica anche per il tramite di internet,

¹ Sent. CEDU 1989, Markt intern Verlag GmbH and Klaus Beermann vs. Germania; 1994, Casado Coca vs. Spagna; 2012, Mouvement raëlien suisse vs. Svizzera; 2018, Sekmadienis vs. Lituania. Cfr. Consiglio d’Europa, Corte europea dei diritti dell’uomo (31 agosto 2022), *Guide on Article 10 of the European Convention on Human Rights - Freedom of Expression*, disponibile su: www.echr.coe.int/d/guide_art_10_eng?p1backurl=%2Fsearch%3Fq%3Dguide%2Bart.10.



da pubblicità on line e sulle diverse piattaforme anche in forma diretta, incluse le risorse raccolte da motori di ricerca, da piattaforme sociali e di condivisione, e dalla utilizzazione delle opere audiovisive e cinematografiche nelle diverse forme di fruizione del pubblico” (enfasi aggiunta);

CONSIDERATO che all’art. 3, comma 1, del *Tusma*, vengono altresì definiti i seguenti soggetti le cui attività rientrano tra quelle espressamente indicate dal legislatore nell’art. 3, comma 1, lett. z), del *Tusma* come componenti il SIC:

“[...] d) *«fornitore di servizi di media»*: la persona fisica o giuridica cui è riconducibile la responsabilità editoriale della scelta del contenuto audiovisivo del servizio di media audiovisivo e che ne determina le modalità di organizzazione, esclusi gli operatori di rete che si occupano unicamente della trasmissione di programmi per i quali la responsabilità editoriale incombe su terzi; [...]

l) *«fornitore della piattaforma per la condivisione di video»*: la persona fisica o giuridica che fornisce un servizio di piattaforma per la condivisione di video; [...] (d’ora in avanti, anche “video sharing platform” o “VSP”)

r) *«fornitore di servizi di media audiovisivi a carattere comunitario»*: il soggetto che ha la responsabilità editoriale nella predisposizione dei programmi destinati alla radiodiffusione televisiva in ambito locale che si impegna: a non trasmettere più del 5 per cento di pubblicità per ogni ora di diffusione; a trasmettere programmi originali autoprodotti per almeno il 50 per cento dell’orario di programmazione giornaliero compreso dalle ore 7 alle ore 21; [...]

hh) *«emittente radiofonica»*: il titolare di concessione o autorizzazione su frequenze terrestri in tecnica analogica, che ha la responsabilità editoriale dei palinsesti radiofonici e li trasmette secondo le seguenti tipologie:

1) *«emittente radiofonica a carattere comunitario»*, nazionale o locale: l’emittente caratterizzata dall’assenza dello scopo di lucro, che trasmette programmi originali autoprodotti per almeno il 30 per cento dell’orario di trasmissione giornaliero compreso tra le ore 7 e le ore 21, può avvalersi di sponsorizzazioni e non trasmette più del 10 per cento di pubblicità per ogni ora di diffusione, escluse le trasmissioni di brani



musicali intervallate da messaggi pubblicitari o da brevi commenti del conduttore della stessa trasmissione;

2) *«emittente radiofonica a carattere commerciale locale»: l'emittente senza specifici obblighi di palinsesto, che comunque destina almeno il 20 per cento della programmazione settimanale all'informazione, di cui almeno il 50 per cento all'informazione locale, in notizie e servizi, e a programmi, nell'ambito di almeno sessantaquattro ore settimanali;*

3) *«emittente radiofonica nazionale»: l'emittente senza particolari obblighi, salvo la trasmissione quotidiana di giornali radio;*

ii) *«fornitore di servizi di media radiofonici»: il titolare di autorizzazione su frequenze terrestri in tecnica digitale, che ha la responsabilità dei palinsesti radiofonici; [...]*” (enfasi aggiunta);

CONSIDERATO che all'art. 3, comma 1, del *Tusma*, vengono fornite anche le seguenti definizioni:

“[...] g) *«programma»: una serie di immagini animate, sonore o non, escluse le cosiddette gif, che costituiscono un singolo elemento, indipendentemente dalla sua durata, nell'ambito di un palinsesto o di un catalogo stabilito da un fornitore di servizi di media, comprensivo di lungometraggi, videoclip, manifestazioni sportive, commedie di situazione (sitcom), documentari, programmi per bambini e fiction originali;*

p) *«servizio di media audiovisivo lineare» o «radiodiffusione televisiva»: un servizio di media audiovisivo fornito da un fornitore di servizi di media per la visione simultanea di programmi sulla base di un palinsesto di programmi;*

q) *«servizio di media audiovisivo non lineare», ovvero «servizio di media audiovisivo a richiesta»: un servizio di media audiovisivo fornito da un fornitore di servizi di media per la visione di programmi al momento scelto dall'utente e su sua richiesta sulla base di un catalogo di programmi selezionati dal fornitore di servizi di media; [...]*

bb) *«ambito nazionale»: l'esercizio dell'attività di radiodiffusione televisiva o sonora non limitata all'ambito locale;*

cc) *«ambito locale radiofonico»: l'esercizio dell'attività di radiodiffusione sonora, con irradiazione del segnale fino a una copertura massima del 50 per cento della popolazione nazionale; [...]*



dd) «ambito locale televisivo»: l'attività di fornitura di servizi di media audiovisivi veicolati in uno o più aree tecniche corrispondenti alle reti di I livello, comunque non superiori a dieci, anche non limitrofi, purché con copertura inferiore al 50 per cento della popolazione nazionale; [...]

ff) «programmazione generalista»: programmazione diffusa in ambito nazionale dedicata a più generi differenziati inclusa l'informazione, distribuiti in modo equilibrato nel corso della giornata di programmazione, nessuno dei quali raggiunge il 70 per cento della programmazione stessa;

gg) «programmazione tematica»: programmazione diffusa in ambito nazionale dedicata a un tema specifico in relazione ad un pubblico a un target di utenza, a cui un fornitore di servizi di media audiovisivi dedica almeno il 70 per cento della programmazione diffusa; [...]

ss) «sponsorizzazione»: ogni contributo di imprese pubbliche o private o di persone fisiche non impegnate nella fornitura di servizi di media audiovisivi o di servizi di piattaforma per la condivisione di video o nella produzione di opere audiovisive al finanziamento di servizi di media audiovisivi, di servizi di piattaforma per la condivisione di video, di video generati dagli utenti o di programmi al fine di promuoverne il nome, il marchio, l'immagine, le attività o i prodotti;” (enfasi aggiunta);

CONSIDERATO che la legge n. 249/1997, all'art. 1, comma 6, lett. a), n. 5, così come modificata, da ultimo, dal d.l. 15 settembre 2023, n. 123, convertito con modificazioni dalla legge 13 novembre 2023, n. 159, indica come soggetti obbligati all'iscrizione al ROC, *inter alia*, i seguenti soggetti le cui attività rientrano tra quelle espressamente indicate dal legislatore nell'art. 3, comma 1, lett. z), del *Tusma* come componenti il SIC:

“[...] i soggetti destinatari di concessione ovvero di autorizzazione in base alla vigente normativa da parte dell'Autorità o delle amministrazioni competenti, [...] le imprese concessionarie di pubblicità da trasmettere mediante impianti radiofonici o televisivi o da diffondere su giornali quotidiani o periodici, sul web e altre piattaforme digitali fisse o mobili, le imprese di produzione e distribuzione dei programmi radiofonici e televisivi, [...] i motori di ricerca on line, anche se non stabiliti, che offrono servizi in Italia, i fornitori di servizi di piattaforma per la condivisione di video di cui alle disposizioni attuative della direttiva (UE)1808/2018, [...], nonchè quelle operanti nel settore del video on demand, nonchè le imprese editrici di giornali quotidiani, di periodici o riviste e le agenzie di stampa

di carattere nazionale, nonché le imprese fornitrici di servizi telematici e di telecomunicazioni ivi compresa l'editoria elettronica e digitale; [...]
(enfasi aggiunta);

CONSIDERATO che all'art. 2 della delibera n. 666/08/CONS, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 224/23/CONS, sono definiti i soggetti tenuti all'iscrizione al ROC, quali, *inter alia*:

"[...] b. fornitori di servizi di media audiovisivi o radiofonici:

1) fornitori di servizi di media audiovisivi lineari: le persone fisiche o giuridiche cui è riconducibile la responsabilità editoriale della scelta del contenuto audiovisivo del servizio di media audiovisivo per la visione simultanea di programmi sulla base di un palinsesto di programmi, esclusi gli operatori di rete che si occupano unicamente della trasmissione di programmi per i quali la responsabilità editoriale incombe su terzi;

2) fornitori di servizi di media audiovisivi non lineari: le persone fisiche o giuridiche cui è riconducibile la responsabilità editoriale della scelta del contenuto audiovisivo del servizio di media audiovisivo per la visione di programmi al momento scelto dall'utente e su sua richiesta sulla base di un catalogo di programmi selezionati dal fornitore di servizi di media e che ne determinano le modalità di organizzazione, esclusi gli operatori di rete che si occupano unicamente della trasmissione di programmi per i quali la responsabilità editoriale incombe su terzi;

3) fornitore di servizi di media radiofonici: i titolari di autorizzazione su frequenze terrestri in tecnica digitale, che hanno la responsabilità dei palinsesti radiofonici;

c. fornitori di servizi interattivi associati o di servizi di accesso condizionato: i soggetti che forniscono, al pubblico o a terzi operatori, servizi di accesso condizionato, mediante distribuzione di chiavi numeriche per l'abilitazione alla visione dei programmi, alla fatturazione dei servizi ed eventualmente alla fornitura di apparati, o che fornisce servizi della società dell'informazione ai sensi dell'articolo 2 del decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70, ovvero forniscono una guida elettronica ai programmi;

d. i soggetti esercenti l'attività di radiodiffusione: la società concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo e i soggetti titolari di concessione, autorizzazione, o comunque di altro provvedimento abilitativo, rilasciato dal Ministero dello Sviluppo Economico – Dipartimento per le



Comunicazioni, per l'esercizio della radiodiffusione sonora o televisiva, via etere terrestre, con qualsiasi tecnica e modalità, ad accesso libero o condizionato, e per l'installazione e l'esercizio di impianti ripetitori via etere di programmi sonori e televisivi esteri e nazionali, nonché i soggetti a cui la legge impone gli stessi obblighi dei concessionari;

e. le imprese concessionarie di pubblicità:

1) le imprese che, in forza di un contratto con i soggetti di cui alle lettere b) e d) o con una loro concessionaria di pubblicità, ricevono l'incarico non occasionale di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari per la trasmissione mediante impianti radiofonici o televisivi;

2) i soggetti che, in forza di un contratto con un editore di giornali quotidiani, periodici o riviste, di testate in formato elettronico di cui alla lettera i), nonché di agenzia di stampa di cui alla lettera g), o con una sua concessionaria di pubblicità, ricevono l'incarico non occasionale di negoziare e concludere in nome proprio contratti di vendita di spazi pubblicitari per la diffusione, su giornali quotidiani, periodici o riviste, testate in formato elettronico di cui alla lettera i) nonché di agenzia di stampa di cui alla lettera g);

3) le imprese che esercitano l'attività di negoziazione e conclusione di contratti di vendita di spazi pubblicitari da trasmettere sul web e su altre piattaforme digitali fisse o mobili;

f. le imprese di produzione o distribuzione di programmi radiotelevisivi:

1) i soggetti che producono o distribuiscono ai soggetti di cui alle lettere b) e d) programmi destinati alla radiodiffusione sonora o televisiva;

g. le agenzie di stampa a carattere nazionale:

1) le agenzie di stampa a carattere nazionale ex art. 27 della legge 416/81, i cui notiziari siano distribuiti in abbonamento a titolo oneroso, qualunque sia il mezzo di trasmissione utilizzato, ad almeno quindici testate quotidiane in cinque regioni, che abbiano alle loro dipendenze a norma del contratto nazionale di lavoro più di dieci giornalisti professionisti con rapporto a tempo pieno, indeterminato ed esclusivo, ed effettuino un minimo di dodici ore di trasmissione al giorno per almeno cinque giorni alla settimana;

2) le altre agenzie di stampa a rilevanza nazionale, i cui notiziari siano distribuiti in abbonamento, a titolo oneroso, qualunque sia il mezzo di trasmissione utilizzato, ad almeno un editore a carattere nazionale che realizzi un prodotto ai sensi della legge n. 62 del 2001, compresi i soggetti di cui alle lettere b), c), d) e g) del presente comma;

h. gli editori di giornali quotidiani, periodici o riviste:

1) i soggetti editori di cui all'articolo 1, comma 1, e quelli equiparati di cui all'articolo 18, comma 1, della legge 5 agosto 1981, n. 416, che pubblicano più di dodici numeri l'anno;

2) gli altri soggetti editori che comunque pubblicano una o più testate giornalistiche diffuse al pubblico con regolare periodicità;

i. i soggetti esercenti l'editoria elettronica:

1) i soggetti che pubblicano in modalità elettronica testate diffuse al pubblico con periodicità quotidiana, e quelli equiparati di cui all'articolo 18, comma 1, della legge 5 agosto 1981, n. 416, che pubblicano più di dodici numeri l'anno;

2) gli altri editori che pubblicano in modalità elettronica testate con periodicità non quotidiana, ivi compresi i soggetti che gestiscono siti internet per la pubblicazione degli avvisi di vendita di cui all'art. 490 c.p.c. così come previsto dal decreto del Ministero della giustizia del 31 ottobre 2006; [...]

n. i fornitori di motori di ricerca online: persone fisiche o giuridiche che, anche se non stabilite o residenti nel territorio nazionale, forniscono, od offrono di fornire, un motore di ricerca online, come definito dal Regolamento (UE) 2019/1150, in lingua italiana o agli utenti stabiliti o residenti in Italia. [...]" (enfasi aggiunta);

CONSIDERATO che, dal combinato disposto delle definizioni di cui al *Tusma*, le *lex specialis* sopra richiamate e il comma 2 dell'art. 51 *Tusma* – che circoscrive il computo dei ricavi a quelli espressamente indicati *ex lege*, i quali, complessivamente, definiscono le risorse economiche del sistema della comunicazione *tout court* – si ricava un quadro di definizioni che, nel loro insieme, identificano alcune delle *attività* rientranti tra quelle espressamente indicate dal legislatore nell'art. 3, comma 1, lett. z), del *Tusma*, come componenti il SIC;

CONSIDERATO tutto quanto segue:

Il *Tusma* ha, in parte, novellato le attività di vigilanza dell’Autorità sull’andamento e sull’evoluzione del SIC, volte a garantire la presenza nel mercato di più imprese di comunicazione appartenenti a una pluralità di soggetti diversi (i.e. “pluralismo esterno”), “onde soddisfare, attraverso una pluralità di voci concorrenti, il diritto del cittadino all’informazione” (Cort. Cost. sent. n. 826/88), precedentemente svolte ai sensi dell’art. 43 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (di seguito, “*Tusmar*”).² Sul piano dell’oggetto tutelato, però, l’art. 51 (“*Posizioni di significativo potere di mercato lesive del pluralismo nel sistema integrato delle comunicazioni*”) del *Tusma* (cfr. Titolo VI - *Norme a tutela del pluralismo*), si pone in sostanziale continuità con la disciplina già contenuta nell’art. 43 (“*Posizioni dominanti nel sistema integrato delle comunicazioni*”) del *Tusmar* (cfr. Titolo VI - *Norme a tutela della concorrenza e del mercato*) (enfasi aggiunta).

Il corretto accertamento del valore dei ricavi afferenti ai mercati che compongono il SIC assume quindi oggi, alla luce della norma sopra richiamata, particolare rilievo non solo *per se*, come previsto dall’art. 51, comma 2, del *Tusma*, in quanto per tale valorizzazione è esplicitamente prevista l’evidenza pubblica, ma anche perché, sulla base dell’accertamento delle posizioni individuali dei soggetti attivi nei mercati che compongono tale aggregato, secondo l’impianto complessivo del Titolo VI del *Tusma*, l’Autorità procede ad istruttoria al fine di verificare l’esistenza di eventuali posizioni – vietate – di significativo “*potere di mercato*” lesive del pluralismo (art. 51, comma 5, *Tusma*), sollecitandone la rimozione (art. 51, comma 6, *Tusma*).

Tale valorizzazione incide, inoltre, sugli obblighi di notifica di intese ed operazioni di concentrazione per le imprese operanti nel SIC (art. 51, comma 3, lett. *a*) e *b*), *Tusma*). Sono tenuti, infatti, a comunicazione preventiva all’Autorità quei soggetti che hanno ricavi superiori al 50% in uno o più mercati che compongono il SIC (art. 51, comma 3, lett. *a*), secondo periodo), ovvero che conseguono ricavi superiori al 20% nei mercati della fornitura al dettaglio di servizi di comunicazioni elettroniche e, contestualmente, più del 10% dei ricavi complessivi del SIC e più del 25% dei ricavi in uno o più mercati che lo compongono (art. 51, comma 3, lett. *b*)) (fattispecie c.d. di *crossownership*). La valorizzazione del SIC nel suo complesso incide invece sugli obblighi di notifica per quei soggetti che hanno ricavi superiori al 20% del SIC stesso (art. 51, comma 3, lett. *a*), primo periodo) o per l’ulteriore fattispecie di *crossownership*, quella tra operatori attivi nel SIC *tout court*, con quote superiori all’8%, che detengano o acquisiscano una partecipazione in imprese editrici di giornali quotidiani (art. 51, comma 3, lett. *c*)). Infatti, anche a seguito della notifica di tali operazioni, l’Autorità, se del caso, procede alla medesima istruttoria

² Recante il “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*”.

di cui all'art. 51, comma 5, del *Tusma*.³ Tale interpretazione appare corroborata dalla collocazione dell'art. 51 nel Titolo VI del *Tusma*, che dà un impianto unitario alle procedure adottabili, rendendo obbligatoria l'istruttoria dell'art. 51, comma 5, qualora il Consiglio dell'Autorità ritenga che l'operazione in esame possa risultare lesiva, anche prospetticamente, per il livello di pluralismo all'interno del SIC.

Nel passaggio dal vecchio al nuovo Testo Unico, pur rimanendo impregiudicato il bene tutelato, le attività procedimentali che l'Autorità è stata chiamata a svolgere hanno subito, vale evidenziare, alcune modifiche procedurali, in quanto il precedente Testo Unico, nel fissare i criteri cui doveva conformarsi il sistema, prevedeva un'articolata disciplina basata *i)* sul divieto di costituzione (e mantenimento) di una *posizione dominante* (art. 5, comma 1, lett. *a*) e art. 43, comma 2, *Tusmar*) e *ii)* sul rispetto dei limiti anticoncentrativi direttamente previsti dal legislatore (art. 43, commi 7-12, *Tusmar*).

Sul punto, è intervenuta la sentenza della Corte di Giustizia dell'Unione europea, del 3 settembre 2020 (causa C-719/18), stabilendo che la disposizione di cui all'art. 43, comma 11, del *Tusmar* fosse inidonea, sotto il profilo della proporzionalità, a perseguire il fine di garantire il pluralismo dei media, giacché fissava soglie di mercato che, non consentendo di determinare compiutamente se e in quale misura un'impresa fosse effettivamente in grado di influire sul contenuto delle attività editoriali dei media, non erano indicative di un rischio concreto di influenza sul pluralismo. Inoltre, successivamente, all'Autorità sono stati attribuiti dal legislatore ulteriori poteri di istruttoria (art. 4-*bis*, d.l. 7 ottobre 2020, n. 125, c.c.m. dalla l. 27 novembre 2020, n. 159) volti a verificare eventuali lesioni del pluralismo da parte di soggetti operanti contemporaneamente nel SIC e nelle comunicazioni elettroniche, venuti meno per effetto della norma stessa, la quale indicava nella data di entrata in vigore del decreto legislativo di recepimento della direttiva 2018/1808, e comunque non oltre il 30 ottobre 2021, il termine ultimo per l'avvio di procedimenti istruiti ai sensi dell'art. 4-*bis* stesso.

La verifica della sussistenza di posizioni dominanti *nel SIC e nei mercati che lo compongono* ai sensi dell'art. 43, comma 2, *Tusmar*, prevedeva quindi l'utilizzo da parte dell'Autorità di una metodologia esplicitamente indicata dal legislatore, basata sulla *i)* individuazione del mercato rilevante conformemente ai principi di cui agli articoli 15 e

³ La procedura con cui viene svolta tale istruttoria, volta a verificare ed eventualmente rimuovere le posizioni soggettive lesive del pluralismo, è stata da ultimo disciplinata dall'Autorità con il *Regolamento* adottato con delibera n. 265/22/CONS, del 19 luglio 2022 ("*Regolamento recante la disciplina dei procedimenti in materia di autorizzazione ai trasferimenti di proprietà delle società radiotelevisive e dei procedimenti in materia di tutela del pluralismo di cui all'articolo 51, commi 3, 4, 5, 6 e 7, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208*"). Tale *Regolamento* ha sostituito il precedente regolamento adottato con delibera n. 368/14/CONS.

16 della direttiva quadro (2002/21/CE),⁴ e sulla *ii*) successiva valutazione di alcuni indicatori, quali *ricavi, livello di concorrenza, barriere all'ingresso, dimensioni di efficienza economica dell'impresa, indici quantitativi di diffusione dei programmi radiotelevisivi, dei prodotti editoriali e delle opere cinematografiche o fonografiche* (art. 43, comma 2, *Tusmar*). L'Autorità individuava i mercati rilevanti e successivamente valutava la sussistenza o l'insussistenza di posizioni dominanti negli stessi, con due distinte fasi, svolte in sequenza, entrambe sottoposte a consultazione pubblica (*ex art. 5 del Regolamento* adottato con delibera n. 368/14/CONS). In occasione di operazioni di concentrazione e intese, l'Autorità era invece chiamata a valutare solo la sussistenza o meno degli elementi di fatto previsti dalle norme, quali il superamento delle soglie previste dal *Tusmar* (ovvero limiti c.d. economici, *i.e.* tetti ai ricavi conseguibili, e limiti c.d. tecnici, *i.e.* tetti al numero di autorizzazioni di cui i soggetti potevano essere titolari) e la sussistenza di rapporti di controllo o collegamento tra imprese operanti nei settori ivi indicati, in quanto quegli stessi elementi venivano identificati dal legislatore quali indici rivelatori di una particolare posizione di forza di un singolo soggetto all'interno del sistema, ritenuta del legislatore nazionale idonea, *per se*, ad alterare l'equilibrio del settore, e quindi, a pregiudicare lo sviluppo dello stesso in senso pluralista (in tal caso, le valutazioni sulla messa in pericolo del bene giuridico tutelato - il pluralismo - erano state svolte direttamente a monte dallo stesso legislatore).

Infine, le medesime misure concernenti l'adozione di provvedimenti volti ad eliminare o a inibire la formazione di posizioni vietate e a rimuoverne gli effetti (art. 43, comma 5, *Tusmar*), potevano essere adottate dall'Autorità sia all'esito dell'istruttoria di accertamento di posizioni dominanti (art. 43, comma 2, *Tusmar*), come esplicitato dall'art. 7 del *Regolamento* allegato alla delibera n. 368/14/CONS, sia a seguito dell'accertamento della sussistenza di una posizione vietata (*i.e.* superamento dei limiti esplicitamente indicati nei commi da 7 a 12, art. 43, *Tusmar*), come esplicitato dall'art. 24 dello stesso *Regolamento ex delibera n. 368/14/CONS*. In caso di inottemperanza ai provvedimenti assunti dal Consiglio ai sensi dell'art. 7, comma 4, e 24, comma 8, del suddetto *Regolamento*, da parte dei soggetti destinatari delle misure di cui all'art. 43, comma 5, *Tusmar*, gli addebiti venivano contestati dal Consiglio promuovendo il procedimento di irrogazione delle sanzioni amministrative previste dall'art. 1, comma 31, della l. n. 249/1997. Inoltre, qualora un'impresa (o un gruppo di imprese) si fosse venuta a trovare nella condizione di poter superare, prevedibilmente, uno dei suddetti limiti indicati dal legislatore nell'art. 43, commi da 7 a 12, *Tusmar*, l'Autorità era tenuta ad

⁴ Direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 7 marzo 2002, che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica (direttiva quadro). Gli articoli sono rubricati rispettivamente "Procedura per la definizione dei mercati" e "Procedura per l'analisi del mercato".

adottare un atto di pubblico richiamo (art. 43, comma 3, *Tusmar*). La norma prevedeva altresì la nullità delle operazioni in contrasto con la stessa (art. 43, comma 4, *Tusmar*).

Dal dicembre 2021, il nuovo impianto previsto dal Titolo VI del *Tusma* non attribuisce all’Autorità solo il compito di valorizzare il SIC (già art. 43, comma 9, *Tusmar*, ora art. 51, comma 2, *Tusma*) e vigilare “sull’andamento e sull’evoluzione” dello stesso, e sui “mercati relativi” (già art. 43, comma 16, *Tusmar*, ora art. 51, comma 2, *Tusma*), ma gli impone di valorizzare anche i singoli mercati, evidenziando le eventuali posizioni di “potere di mercato” dei soggetti che vi operano (art. 51, comma 2, *Tusma*). Pertanto, rimane impregiudicato anche ai sensi del nuovo testo unico il compito dell’Autorità di tutelare il pluralismo esterno, vigilando sull’andamento del SIC e sui relativi mercati “che lo compongono”, ma risulta rafforzata la specifica esigenza di trasparenza e conoscibilità del mercato, finalizzata anche a garantire la possibilità di un “controllo” da parte di chiunque vi abbia interesse, dal disposto dell’art. 51, comma 2, *Tusma*, laddove viene prevista la pubblica evidenza delle analisi svolte con cadenza “almeno” annuale, a differenza del *Tusmar*, che prevedeva l’esplicita disposizione dell’obbligo di pubblicazione dei risultati della valorizzazione del SIC “con apposite relazioni annuali al Parlamento” (art. 43, comma 16).

Le posizioni detenute dagli operatori *i*) nel SIC e *ii*) nei mercati che lo compongono, in termini di quote di mercato, qualora qualificabili come manifestazione di “potere di mercato”, e ritenute pertanto potenzialmente “rischiose” per il pluralismo, dovranno essere oggetto delle istruttorie di verifica che l’Autorità è chiamata ad avviare, anche d’ufficio, ai sensi dell’art. 51, comma 5, del *Tusma*. L’art. 51, comma 3, del *Tusma* identifica quindi dei valori soglia delle quote di mercato, calcolate sui ricavi, detenute dai soggetti attivi nel SIC nel suo complesso e in ciascuno dei mercati che lo compongono, quali indici sintomatici “di una posizione di significativo potere di mercato potenzialmente lesiva del pluralismo”.

In un'ottica di tutela rafforzata rispetto al diritto e all'economia della concorrenza,⁵ ma conformemente alla giurisprudenza costituzionale,⁶ le posizioni indicate all'art. 51, comma 3, pur non potendo essere automaticamente definite quali posizioni di *potere di mercato tout court*, si configurano nel settore in esame come “rischiose” per il pluralismo (“*indici sintomatici di una posizione di potere di mercato lesiva del pluralismo*”), talune singolarmente, e, talaltre, cumulativamente tra loro, giacché il legislatore, pur ritenendo di non individuare nel nuovo impianto normativo limiti esterni il cui superamento sarebbe “vietato”, individua *soglie-limite* quanto meno meritevoli di approfondimenti istruttori, se raggiunte. Pertanto, mentre il raggiungimento delle soglie pari all'8% e al 10% dei ricavi dell'aggregato economico SIC nel suo complesso o al 25% di ciascuno dei singoli mercati che lo compongono non comporta autonomamente né l'avvio d'ufficio delle istruttorie ai sensi del comma 5 dell'art. 51, né gli obblighi di notifica di intese e operazioni di concentrazione, in quanto al raggiungimento di tali soglie devono aggiungersi ulteriori elementi affinché le stesse soglie si configurino come *indici sintomatici*, viceversa, il raggiungimento o il superamento delle soglie economiche pari al 20% dei ricavi del SIC nel suo complesso o al 50% dei ricavi in uno o più mercati che lo compongono comporta *i*) un obbligo di notifica per le imprese (*ex art. 51, comma 3*) e *ii*) un obbligo per l'Autorità di avviare le istruttorie di verifica (*ex art. 51, comma 5*). Il raggiungimento o superamento del limite di cui all'art. 51, comma 3, lett. *a*), secondo periodo (*i.e.* ricavi superiori al 50% in uno più mercati), infine, considerando che “*quote molto alte costituiscono di per sé, e salvo circostanze eccezionali, la prova dell'esistenza di una posizione dominante*”,⁷ si configura come presunzione di dominanza anche nel

⁵ In generale, le quote di mercato sono riconosciute come una prima indicazione utile circa la presenza di potere di mercato (cfr. Comunicazione della Commissione (2009/C 45/02), “*Orientamenti sulle priorità della Commissione nell'applicazione dell'articolo 82 del trattato CE al comportamento abusivo delle imprese dominanti volto all'esclusione dei concorrenti*”, par. 13). Sulle specifiche quote, si veda *ibidem* par. 14: “*La Commissione ritiene che quote di mercato modeste siano in generale un buon indicatore dell'assenza di un considerevole potere di mercato. In base all'esperienza della Commissione, è improbabile che l'impresa goda di una posizione dominante se la sua quota di mercato è inferiore al 40% sul mercato rilevante*”, o il Regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio, del 20 gennaio 2004, relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese (“*Regolamento comunitario sulle concentrazioni*”), considerando 32: “*Le concentrazioni possono essere presunte compatibili con il mercato comune qualora, data la modesta quota di mercato delle imprese interessate, non siano tali da ostacolare la concorrenza effettiva. Fatti salvi gli articoli 81 e 82 del trattato, un'indicazione in tal senso sussiste qualora la quota di mercato delle imprese interessate non sia superiore al 25% né nel mercato comune né in una sua parte sostanziale*”.

⁶ *Ex multis* Corte Costituzionale, sentenza n. 420/1994.

⁷ Cfr. sentenza Corte di Giustizia 3 luglio 1991, causa C-62/86, *Akzo*, così come sentenza Corte di Giustizia 13 febbraio 1979, causa 85/76, *Hoffmann-La Roche et co.*, par. 41: “[...] inoltre, benché l'importanza delle quote di mercato possa variare da un mercato all'altro, si può ritenere che quote molto alte costituiscano di per se, e salvo circostanze eccezionali, la prova dell'esistenza di una posizione dominante; in effetti, la detenzione di una quota di mercato particolarmente cospicua pone l'impresa che la detiene durante periodi di una certa entità, dato il volume di produzione e d'offerta che in essa viene compreso, - mentre i detentori

caso in oggetto, ma la sua lesività del pluralismo sarà, in ogni caso, valutata attraverso l'istruttoria di cui all'art. 51, comma 5, con la metodologia ivi indicata,⁸ e per dettagliare la quale l'Autorità è stata chiamata ad adottare anche delle *Linee Guida*, adottate con delibera n. 66/24/CONS, del 6 marzo 2024.

Quindi, considerando che per i fini istruttori di cui all'art. 51, comma 5, del *Tusma*, devono essere esplicitamente evidenziate dall'Autorità, almeno annualmente, le posizioni dei singoli soggetti che raggiungono o superano tali soglie, nelle analisi che l'Autorità è chiamata ad effettuare ai sensi dell'art. 51, comma 2, del *Tusma*, dovranno emergere,

- i) per il SIC nel suo insieme e
- ii) per ciascuno dei “*mercati che lo compongono*”,

almeno quelle “*posizioni di potere di mercato*” che, di fatto, sono sussunte nel raggiungimento o superamento dei limiti, c.d. economici, non più vietati, di cui all'art. 51, comma 3, del *Tusma*, come sotto evidenziati (**Tab. I**):

di quote notevolmente inferiori non sono in grado di soddisfare rapidamente la domanda che vorrebbe orientarsi verso imprese diverse da quella che detiene la quota maggiore - in una posizione di forza che la rende controparte obbligatoria e che, già per questo fatto, le garantisce, quanto meno per periodi relativamente lunghi, l'indipendenza di comportamento che caratterizza la posizione dominante.»

⁸ «[...] l'Autorità tiene conto, fra l'altro, oltre che dei ricavi, del livello di concorrenza statica e dinamica all'interno del sistema, delle barriere all'ingresso nello stesso, della convergenza fra i settori e mercati, delle sinergie derivanti dalle attività svolte in mercati differenti ma contigui, della integrazione verticale e conglomerale delle società, della disponibilità e del controllo di dati, del controllo diretto o indiretto di risorse scarse necessarie, quali le frequenze trasmissive, delle dimensioni di efficienza economica dell'impresa, anche in termini di economie di scala, gamma e rete, nonché degli indici quantitativi di diffusione dei programmi radiotelevisivi, anche con riferimento ai programmi di informazione, delle opere cinematografiche, dei prodotti e servizi editoriali e online.»

Tabella I - Articolo 51, comma 3, del *Tusma*: indici sintomatici di una posizione di significativo potere di mercato potenzialmente lesiva del pluralismo (c.d. limiti economici)

Indici da evidenziare nelle analisi effettuate ai sensi dell'art. 51, co. 2, <i>Tusma</i>	Fonte <i>Tusma</i>
Ricavi superiori all'8% del SIC (NEL SUO COMPLESSO)	Art. 51, co. 3, lett. <i>c</i>
<i>Ricavi superiori al 10% del SIC (NEL SUO COMPLESSO)</i>	<i>Art. 51, co. 3, lett. b, secondo periodo</i>
Ricavi superiori al 20% del SIC (NEL SUO COMPLESSO)	Art. 51, co. 3, lett. a, primo periodo
<i>Ricavi superiori al 25% di ciascun mercato del SIC</i>	<i>Art. 51, co. 3, lett. b, terzo periodo</i>
Ricavi superiori al 50% di ciascun mercato del SIC	Art. 51, co. 3, lett. a, secondo periodo
<i>Ricavi superiori al 20% dei ricavi complessivi nei mercati della fornitura al dettaglio dei servizi di comunicazione elettronica</i>	<i>Art. 51, co. 3, lett. b, primo periodo</i>

Nota: in **grassetto** gli indici sintomatici di posizione di significativo potere di mercato *tout court*; in corsivo le condizioni cumulative necessarie alla definizione di *indice sintomatico di posizione di significativo potere di mercato*.

Oltre a dover valorizzare le posizioni dei soggetti attivi nel SIC e nei singoli mercati che lo compongono, il legislatore richiede all'Autorità di valorizzare, altresì, i ricavi dei "mercati" della fornitura al dettaglio dei servizi di comunicazione elettronica (art. 51, comma 3, lett. *b*), primo periodo), come definiti dal decreto legislativo n. 259/2003 (*Codice delle comunicazioni elettroniche*), configurandosi la soglia del 20% dei ricavi di tale aggregato come ulteriore limite economico che deve essere messo a conoscenza delle imprese affinché possano ottemperare agli obblighi di *compliance* che il *Tusma* gli impone. Il passaggio dal "settore delle comunicazioni elettroniche" (di cui all'art. 43, comma 11, *Tusmar*) ai "mercati della fornitura al dettaglio dei servizi di comunicazione elettronica", ove sono state recepite le osservazioni della Corte di Giustizia nella sentenza C-719/18 in merito al perimetro dei mercati delle comunicazioni elettroniche che permettono l'accesso ai *media*,⁹ implica un ulteriore sforzo analitico che l'Autorità è chiamata ad effettuare con tempi congrui per consentire alle imprese di prendere in considerazione la possibilità di operare nei mercati contigui delle comunicazioni elettroniche e dei *media* nel rispetto della disciplina che tutela il pluralismo.

⁹ CGUE, Quinta Sezione, sentenza 3 settembre 2020 (C-719/18), par. 74 e conclusioni dell'Avvocato Generale M. Campos Sánchez-Bordona, 18 dicembre 2019, par. 51, 52, 79 e 80.

Da ultimo, oltre a tali limiti economici, è altresì richiesto all’Autorità di dare evidenza pubblica anche al residuale¹⁰ limite c.d. tecnico, pari al 20% del totale programmi televisivi e radiofonici irradiati su frequenze terrestri in ambito nazionale (cfr. **Tab. II**), numero non più insuperabile, ma *sintomatico di una posizione di significativo potere di mercato potenzialmente lesiva del pluralismo*, dal cui superamento discende l’obbligo per le imprese di notificare all’Autorità le operazioni di concentrazione e le intese (art. 51, comma 3, lett. *d*), *Tusma*) e per l’Autorità di avviare d’ufficio le istruttorie di cui all’art. 51, comma 5.

Tabella II - Articolo 51, comma 3, del *Tusma*: indici sintomatici di una posizione di significativo potere di mercato potenzialmente lesiva del pluralismo (c.d. limiti tecnici)

Indici da evidenziare (calcolabili sulla base del dato di capacità trasmissiva degli operatori di rete) ¹¹	Fonte <i>Tusma</i>
Numero di autorizzazioni che consentano di diffondere più del 20% del totale dei programmi televisivi irradiati su frequenze terrestri in ambito nazionale mediante le reti previste dal piano nazionale di assegnazione delle frequenze televisive in tecnica digitale	Art. 51, co. 3, lett. <i>d</i>)
Numero di autorizzazioni che consentano di diffondere più del 20% del totale dei programmi radiofonici irradiati su frequenze terrestri in ambito nazionale mediante le reti previste dal piano nazionale di assegnazione delle frequenze radiofoniche in tecnica digitale	

Nota: in **grassetto** gli indici sintomatici di posizione di significativo potere di mercato *tout court*.

¹⁰ In precedenza, vigeva un limite anticoncentrativo relativo alle autorizzazioni alla fornitura dei programmi televisivi nazionali ai sensi dell’art. 43, comma 7, *Tusmar* (disciplinato dall’art. 23, comma 1, del regolamento *ex delibera n. 353/11/CONS*), il quale prevedeva che nessun soggetto potesse essere titolare di autorizzazioni per lo svolgimento dell’attività di fornitore di servizi di media che consentissero di diffondere più del 20% del totale dei programmi televisivi irradiabili in ambito nazionale in tecnica digitale sulla base del piano di assegnazione; tali limiti non erano invece applicabili al settore radiofonico (ancora caratterizzato dalla diffusione in tecnica analogica con regime concessorio, oltre che dalla diffusione in tecnica digitale con regime autorizzatorio), in quanto l’art. 43, comma 8, del *Tusmar*, prevedeva un regime transitorio esclusivamente per la radiodiffusione televisiva, mentre il comma 7 si sarebbe applicato solo al completo passaggio alla radiodiffusione sonora digitale terrestre. Inoltre, l’art. 5, comma 1, lett. *d*), del *Tusmar*, che prevedeva che non potessero “[...] essere rilasciate autorizzazioni che consentano ad ogni emittente, anche radiofonica digitale, in ambito locale di irradiare nello stesso bacino più del 20 per cento di programmi televisivi numerici in ambito locale”, risulta ora abrogato dal *Tusma*.

¹¹ Ai fini della verifica di cui all’art. 51, comma 3, lett. *d*), del *Tusma*, nelle more dell’accesso diretto, da parte dell’Autorità, agli archivi dei titoli autorizzatori dei fornitori di servizi di media, gestiti dal Ministero dello Sviluppo economico (ora *Ministero delle Imprese e del Made in Italy*), i soggetti che operano nel SIC sono tenuti a comunicare le operazioni di acquisizione o di voltura di ogni autorizzazione per l’attività di fornitore di servizi media audiovisivi in ambito nazionale e la connessa attribuzione LCN, nonché di ogni

Nel merito, vale evidenziare come l’Autorità sia chiamata non solo a tutelare il pluralismo esterno come forma di tutela dell’attività informativa, ma anche a vigilare affinché “*i soggetti portatori di opinioni diverse possano esprimersi senza il pericolo di essere emarginati a causa dei processi di concentrazione delle risorse tecniche ed economiche nelle mani di uno o di pochi*”, giacchè già nella sentenza n. 148/1981 la Corte Costituzionale ha evidenziato “*l’esigenza di disciplinare non solo i collegamenti tra le emittenti [radiotelevisive], e tra queste e le altre imprese operanti nel settore (cioè le imprese di servizi, pubblicitarie, produttrici e/o fornitrici di programmi) ma anche quelli tra le imprese operanti nei vari settori dell’informazione*” (Cort. Cost., sent. n. 826/88). Inoltre, la Corte “*ha sempre inteso l’informazione in senso lato ed onnicomprensivo, così da includervi qualsiasi messaggio televisivo, vuoi informativo, vuoi culturale, vuoi comunque suscettibile di incidere sulla pubblica opinione*” (ib., 21).

Pertanto, posta tra i principi generali del sistema dei servizi di media audiovisivi e della radiofonia, *dei mezzi di comunicazione di massa e nel mercato della pubblicità*, di cui all’art. 5, comma 1, lett. a), *Tusma*, la promozione della concorrenza, anche intermedia, come sottesa alla definizione stessa di *sistema integrato delle comunicazioni* quale aggregato che comprende un insieme eterogeneo di servizi a carattere informativo e non informativo, risulta strumento finalizzato alla tutela del pluralismo.

Nel rispetto della giurisprudenza costituzionale, vista la risalente “*specificità e settoriale garanzia*” dei singoli mezzi,¹² la normativa a tutela del pluralismo, a presidio del diritto all’informazione, impone alle imprese del settore delle comunicazioni obblighi e vincoli, anche di impiego di personale qualificato nel settore giornalistico, attraverso una disciplina speciale. Tale disciplina investe la stampa quotidiana e le imprese editoriali di quotidiani (dal 1948); le concessionarie pubblicitarie e le agenzie di stampa a carattere nazionale (dal 1981); successivamente, i titolari di attività radiotelevisive (dal 1990) e ancora, dal 2010, a seguito delle novità introdotte dal d.lgs. 15 marzo 2010, n. 44 nell’allora vigente Testo Unico, i soggetti autorizzati alla fornitura di servizi di media; infine, (dal 2016) i giornali telematici. Tutti questi soggetti svolgono le attività economiche che compongono il SIC in virtù di registrazione di testata per le attività di carattere giornalistico e sulla base di specifici titoli abilitativi;

autorizzazione per l’attività di fornitore di servizi media radiofonici in ambito nazionale. Tali operazioni sono comunicate entro quindici giorni dal perfezionamento (cfr. *Regolamento*, art. 4, comma 2).

¹² Cort. Cost., sent. n. 420/1994.

ATTIVITÀ DI STAMPA QUOTIDIANA E PERIODICA E DELL'EDITORIA ELETTRONICA

CONSIDERATO che, sotto il profilo soggettivo dell'applicazione della disciplina, nell'individuazione dei mercati afferenti al settore economico che comprende le attività di **stampa quotidiana e periodica** e dell'**editoria elettronica**, di cui all'art. 3, comma 1, lett. z), *Tusma*, rileva che:

- l'art. 1, comma 1, rubricato "*Definizioni e disciplina del prodotto editoriale*", della legge n. 62/2001, definisce "*prodotto editoriale*": "[...] *il prodotto realizzato su supporto cartaceo, ivi compreso il libro, o su supporto informatico, destinato alla pubblicazione o, comunque, alla diffusione di informazioni presso il pubblico con ogni mezzo, anche elettronico, o attraverso la radiodiffusione sonora o televisiva, con esclusione dei prodotti discografici o cinematografici*";
- l'art. 1, comma 3, della stessa norma, specifica che: "*Il prodotto editoriale è identificato dalla testata, intesa come il titolo del giornale, della rivista o di altra pubblicazione periodica, avente una funzione e una capacità distintiva nella misura in cui individua una pubblicazione. [...]*" e l'art. 3, comma 3bis, specifica che, a decorrere dal 1° gennaio 2018: "*Per "quotidiano on line" si intende quella testata giornalistica: a) regolarmente registrata presso una cancelleria di tribunale; b) il cui direttore responsabile sia iscritto all'Ordine dei giornalisti, nell'elenco dei pubblicisti ovvero dei professionisti; c) che pubblichi i propri contenuti giornalistici prevalentemente on line; d) che non sia esclusivamente una mera trasposizione telematica di una testata cartacea; e) che produca principalmente informazione; f) che abbia una frequenza di aggiornamento almeno quotidiana; g) che non si configuri esclusivamente come aggregatore di notizie*" (enfasi aggiunta);

CONSIDERATO che la Corte di Cassazione ha esplicitamente accreditato, dal 2017, una interpretazione estensiva del termine "stampa" di cui all'art. 1 della legge n. 47 del 1948 ("*che vada oltre il concetto "gutenberghiano" del termine*");¹³

CONSIDERATO che l'art. 3, rubricato "*Concentrazioni nella stampa quotidiana*", della legge n. 67/1987, definisce come "[...] dominante nel mercato editoriale la

¹³ Corte di Cassazione, sez. V, 11 dicembre 2017, n. 13398.

posizione del soggetto che, per effetto degli atti di cui ai commi 4 e 5 del presente articolo.¹⁴

a) giunga ad editare o a controllare società che editano testate quotidiane la cui tiratura, nell'anno solare precedente, abbia superato il 20 per cento della tiratura complessiva dei giornali quotidiani in Italia; ovvero

c) giunga ad editare o a controllare società che editano un numero di testate che abbiano tirato nell'anno solare precedente oltre il 50 per cento delle copie complessivamente tirate dai giornali quotidiani aventi luogo di pubblicazione nella medesima area interregionale. Ai fini della presente disposizione si intendono per aree interregionali quella del nord-ovest, comprendente Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia e Liguria; quella del nord-est, comprendente Trentino-Alto Adige, Veneto, Friuli-Venezia Giulia ed Emilia-Romagna; quella del centro, comprendente Toscana, Marche, Umbria, Lazio e Abruzzo; quella del sud, comprendente le rimanenti regioni; ovvero

d) diventi titolare di collegamenti con società editrici di giornali quotidiani la cui tiratura sia stata superiore, nell'anno solare precedente, al 30 per cento della tiratura complessiva dei giornali quotidiani in Italia" (enfasi aggiunta);

ATTIVITÀ DELLE AGENZIE DI STAMPA

CONSIDERATO che, sotto il profilo soggettivo dell'applicazione della disciplina, nell'individuazione dei mercati afferenti al settore economico che comprende le attività di **agenzie di stampa**, di cui all'art. 3, comma 1, lett. z), *Tusma*, rileva che:

- ai sensi del comma 2 dell'art. 27, rubricato "*Contributi alle agenzie di stampa*", della l. n. 416/1981, come modificata dall'art. 2, comma 122, del d. l. 3 ottobre 2006, n. 262, convertito con modificazioni dalla l. 24 novembre 2006, n. 286, "*Sono considerate a diffusione nazionale le agenzie di stampa i cui notiziari siano distribuiti in abbonamento a titolo oneroso, qualunque sia il mezzo di*

¹⁴ I.e. «4. Gli atti di cessione, i contratti di affitto o affidamento in gestione di testate, nonché il trasferimento tra vivi di azioni, partecipazioni o quote di società editrici sono nulli ove, per loro effetto, uno stesso soggetto raggiunge la posizione dominante di cui al comma 1. 5. Quando per effetto di atti diversi da quelli previsti dal precedente comma 4 o per effetto di trasferimento tra vivi di azioni, partecipazioni o quote di società diverse da quelle editrici, un soggetto raggiunga una posizione che il Garante ritiene dominante, lo stesso Garante ne informa il Parlamento e fissa un termine non inferiore a sei mesi e non superiore a dodici mesi, entro il quale deve essere eliminata tale posizione. Il servizio dell'editoria comunica tempestivamente al Garante le informazioni ricevute e i dati acquisiti sugli atti e sui trasferimenti rilevanti ai fini della applicazione del presente comma.»



trasmissione utilizzato, ad almeno quindici testate quotidiane in cinque regioni, che abbiano alle loro dipendenze a norma del contratto nazionale di lavoro più di dieci giornalisti professionisti con rapporto a tempo pieno, indeterminato ed esclusivo, ed effettuino un minimo di dodici ore di trasmissione al giorno per almeno cinque giorni alla settimana” (enfasi aggiunta);

- l’art. 17, comma 4, del d.l. 29 dicembre 2022, n. 198, recante “*Disposizioni urgenti in materia di termini legislativi*”, convertito con modificazioni dalla legge 24 febbraio 2023, n. 14, prevede la definizione e individuazione delle agenzie di stampa di rilevanza nazionale, in base al possesso di specifici requisiti e parametri qualitativi e dimensionali, secondo apposito decreto del Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri con delega all’informazione e all’editoria;
- il decreto del Presidente del Consiglio dei ministri dell’11 luglio 2023, recante “*Requisiti e parametri per l’iscrizione nell’elenco delle Agenzie di rilevanza nazionale*” prevede una fase transitoria nel triennio 2024-2026 di prima applicazione della riforma delle agenzie, al termine della quale si provvederà all’aggiornamento dei requisiti e parametri per giungere alla formazione di un nuovo Elenco delle Agenzie di rilevanza nazionale;
- il decreto del Capo Dipartimento per l’informazione e l’editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri relativo all’Istituzione dell’Elenco delle Agenzie di stampa di rilevanza nazionale per il triennio 2024-2026 è stato pubblicato in data 10 novembre 2023;

ATTIVITÀ DI RADIO E SERVIZI DI MEDIA AUDIOVISIVI E RADIOFONICI

CONSIDERATO che, sotto il profilo soggettivo dell’applicazione della disciplina, nell’individuazione dei mercati afferenti al settore economico che comprende le attività di **radio e servizi di media audiovisivi e radiofonici**, di cui all’art. 3, comma 1, lett. z), *Tusma*, rileva che:

- l’attività di fornitura di servizi di media audiovisivi e di dati destinati alla diffusione in tecnica digitale su frequenze terrestri è soggetta a specifica autorizzazione, rilasciata dal Ministero (attualmente, *Ministero delle Imprese e del Made in Italy*), sulla base della disciplina stabilita dall’Autorità con proprio regolamento, ai sensi dell’art. 14 del *Tusma*;

- l'attività di servizi di media audiovisivi e radiofonici via satellite e su altri mezzi di comunicazione elettronica è soggetta a specifica autorizzazione, rilasciata dall'Autorità, sulla base disciplina stabilita dall'Autorità con proprio regolamento, ai sensi dell'art. 18 del *Tusma*;
- la prestazione di servizi di media radiofonici su frequenze terrestri in tecnica digitale è soggetta a specifica autorizzazione, rilasciata dal Ministero, sulla base della disciplina stabilita dall'Autorità con proprio regolamento, ai sensi dell'art. 16 del *Tusma*;
- l'attività di fornitore di servizi di media audiovisivi a richiesta è soggetta al regime dell'autorizzazione generale, ai sensi dell'art. 19 del *Tusma*, per il cui conseguimento l'interessato presenta all'Autorità una segnalazione certificata di inizio attività nel rispetto della disciplina stabilita dalla Autorità stessa con proprio regolamento;
- l'attività di fornitore di servizi di media radiofonici su onde medie è disciplinata dall'Autorità con proprio regolamento, ai sensi dell'art. 22, comma 2, del *Tusma*;
- l'art. 1, comma 1, lett. h), del *Regolamento autorizzazioni* allegato alla delibera n. 295/23/CONS, definisce “servizio di media in luoghi aperti al pubblico”: «un servizio di media fornito, indipendentemente dalla rete di comunicazione elettronica impiegata, tramite dispositivi collocati dal fornitore del servizio in luoghi aperti al pubblico, quali, a titolo esemplificativo, le stazioni ferroviarie, gli aeroporti, le metropolitane, i mezzi di trasporto, i centri commerciali»;
- residua nella vigente normativa la sola distinzione *ex lege* tra “programmazione generalista” e “programmazione tematica”, di cui all'art. 3, comma 1, lett. ff) e gg), *Tusma*, in quanto, abrogato il *Tusmar*, è venuta meno la distinzione nella normativa primaria per genere televisivo, di cui al precedente art. 32;

CONSIDERATO che l'Autorità, ai fini della tutela del pluralismo, è tenuta a valorizzare nelle proprie analisi sia i ricavi associati all'attività di carattere commerciale, sia quelli associati all'attività sovvenzionata da fondi pubblici, come esplicitato all'art. 51, comma 2, *Tusma* (i.e. “finanziamento di servizio pubblico radiotelevisivo, al netto dei diritti dell'erario, [...] da convenzioni con soggetti pubblici a carattere continuativo e da provvidenze pubbliche erogate direttamente ai soggetti esercenti le attività indicate all'articolo 3, comma 1, lettera z)”);

CONSIDERATO che le sponsorizzazioni quali contributi al finanziamento di servizi di media, di cui all'art. 3, comma 1, lett. *ss*), del *Tusma*, confluiscono nei ricavi da attività radiofonica o televisiva secondo le disposizioni dell'art. 46 del *Tusma*;

CONSIDERATO che negli ultimi anni si è assistito all'ampliamento dell'offerta di contenuti audiovisivi e radiofonici diffusi via IP, e al sempre più frequente ricorso, da parte degli utenti, alla fruizione di tali contenuti tramite dispositivi connessi a Internet (*smart tv* e *connected tv*, *decoder* e *tv box* di ultima generazione, *tablet*, *smartphone*, *computer*). Pertanto, la storica risalente e dirimente distinzione tra contenuti diffusi tramite le piattaforme digitale terrestre e satellitare (fruiti attraverso il televisore), oltre che tramite la piattaforma terrestre analogica per la radio (con i relativi apparecchi di ricezione *stand alone* e l'autoradio) e quelli diffusi via IP e fruiti tramite *smart tv*, *connected tv*, *decoder* e *tv box*, *tablet*, *smartphone* e *computer*, risulta obsoleta, a fronte di un accesso ai contenuti ormai "ibrido", laddove tramite uno stesso dispositivo gli utenti possono accedere contemporaneamente ai contenuti audiovisivi e radiofonici trasmessi attraverso un pluralità di modalità e di piattaforme;

CONSIDERATO che, nel settore specifico della radiodiffusione, televisiva e sonora, l'area di copertura della rete e l'esistenza di strumenti normativi definiscono la dimensione geografica dei mercati ove sono autorizzati a diffondere gli operatori di rete,¹⁵ i quali, per quanto attiene alla radiodiffusione sonora e televisiva in tecnica digitale, stipulano contratti di cessione di capacità trasmissiva con i fornitori di servizi di media, soggetti la cui attività è espressamente contemplata tra le attività del SIC;

CONSIDERATO che la *Legge di Bilancio 2018*,¹⁶ all'art. 1, commi 1026 e seguenti, in attuazione della decisione n. 2017/899 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 maggio 2017, relativa all'uso della banda di frequenza 470 - 790 MHz nell'Unione, successivamente integrata e modificata dalla *Legge di Bilancio 2019*,¹⁷ ha disciplinato e programmato il processo che nel quadriennio 2018 - 2022 ha portato, da un lato, ad assegnare le frequenze nella banda 700 MHz (694 - 790 MHz) ai sistemi terrestri in grado di fornire servizi di comunicazione elettronica a banda larga senza fili, e, dall'altro lato, a conferire un nuovo assetto al sistema radiotelevisivo su piattaforma digitale terrestre, nazionale e locale, alla luce della dotazione di risorse spettrali rimaste a disposizione per il servizio *broadcasting* (da 174 a 230 MHz e da 470 a 694 MHz);

¹⁵ Cfr., *inter alia*, gli *Orientamenti*, par. 51.

¹⁶ Legge 27 dicembre 2017, n. 205.

¹⁷ Legge 30 dicembre 2018, n.145.

CONSIDERATO che nella radiodiffusione televisiva terrestre, il quadro vigente è delineato dal “*Nuovo regolamento relativo alla radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale*” di cui alla delibera n. 353/11/CONS, del 22 giugno 2011, e dal “*Piano nazionale di assegnazione delle frequenze da destinare al servizio televisivo digitale terrestre (PNAF)*”, approvato con la delibera n. 39/19/CONS, da ultimo modificato con delibera n. 253/22/CONS, che ha costituito il presupposto fondamentale di tutto il processo di riassetto del sistema radiotelevisivo italiano conseguente al *refarming* della banda 700 MHz delineandone l’assetto frequenziale andato a regime il 1° luglio 2022, al termine del periodo transitorio. Tale *PNAF* pianifica le frequenze per 12 reti nazionali, almeno una rete locale con copertura non inferiore al 90% di popolazione in ciascuna area tecnica (reti locali di 1° livello), una o più reti locali in ciascuna area tecnica senza il vincolo di copertura del 90% di popolazione (reti locali di 2° livello). Per quanto attiene pertanto all’ambito locale televisivo, nella delibera n. 39/19/CONS dell’Autorità è stata elaborata una nuova configurazione delle aree tecniche posta a fondamento della pianificazione delle reti locali di 1° e 2° livello, la quale prevede 18 bacini d’utenza (c.d. *aree tecniche*) in gran parte coincidenti con i limiti amministrativi regionali, con le uniche eccezioni – dovute ai vincoli del coordinamento internazionale ovvero a insormontabili problematiche di natura radioelettrica – delle Regioni Abruzzo e Molise, accorpate nell’Area Tecnica n. 13, delle Regioni Puglia e Basilicata, accorpate nell’Area Tecnica n. 15, e delle province orientali del Piemonte, le quali sono state ricomprese sia nell’Area Tecnica n. 1, sia, in ragione della conformazione dell’area di coordinamento con la Svizzera, nell’Area Tecnica n. 3;

CONSIDERATO che nella radiodiffusione satellitare non è possibile l’articolazione in ambito locale dei contenuti trasmessi;

CONSIDERATO che nella radiodiffusione sonora il quadro regolamentare si differenzia in base alla tecnica trasmissiva e alla banda di frequenza utilizzata;

CONSIDERATO, in particolare, che la radiofonia sonora terrestre in tecnica analogica (FM - *Frequency Modulation*) è tutt’ora soggetta al regime concessorio delineato dal legislatore nel 1990 con la legge 6 agosto n. 223 (“*Legge Mammi*”) e i soggetti attualmente presenti sul mercato operano in virtù di titoli rilasciati in applicazione di tale norma, in quanto lo *status artis* disciplinato dalla *Legge Mammi* è restato per diverso tempo cristallizzato per effetto di svariate proroghe, previste dalla legge, delle iniziali concessioni rilasciate alle emittenti. Successivamente, la legge 20

marzo 2001, n. 66,¹⁸ in vista dell'avvento della trasmissione digitale, ha consentito ai soggetti legittimamente operanti nel settore di proseguire nell'esercizio dell'attività fino all'adozione del "*Piano nazionale di assegnazione delle frequenze per la radiodiffusione sonora*", il quale, a sua volta, è stato posticipato all'adozione del "*Piano per la radiofonia digitale*", all'effettiva introduzione di tale sistema, e allo sviluppo del relativo mercato;

CONSIDERATO che il quadro pianificatorio nella radiodiffusione sonora digitale (DAB+) è oggi delineato dal "*Piano nazionale provvisorio di assegnazione delle frequenze in banda VHF-III per il servizio di radiodiffusione sonora in tecnica digitale DAB+ (PNAF-DAB)*", approvato con la delibera n. 286/22/CONS, del 27 luglio 2022, ma che tale piattaforma si trova tutt'ora in una fase di avvio dei mercati;

CONSIDERATO, inoltre, che per la radiodiffusione sonora in tecnica analogica (FM) non sono stati ancora adottati provvedimenti di pianificazione, in quanto (da ultimo) il *Tusma*, all'art. 50, comma 10, prevede che l'Autorità adotti il piano nazionale di assegnazione delle frequenze radiofoniche in tecnica analogica tenendo conto del grado di sviluppo della radiodiffusione sonora in tecnica digitale e che, nelle more di una effettiva diffusione della radiodiffusione sonora in tecnica digitale e dello sviluppo del relativo mercato, il Ministero, in coordinamento con l'Autorità, proceda ad attività di ricognizione e progressiva razionalizzazione dell'uso delle risorse frequenziali in tecnica analogica al fine di eliminare o minimizzare situazioni interferenziali con i paesi radioelettricamente confinanti, e di incoraggiare l'efficienza nell'uso e nella gestione delle radiofrequenze, tutelando gli investimenti e promuovendo l'innovazione;

CONSIDERATO che, in virtù del modello di integrazione verticale che tuttora caratterizza le imprese radiofoniche operanti in tecnica analogica (FM), la struttura delle reti diffusive finisce inevitabilmente per connotare in concreto l'esercizio dell'attività di radiodiffusione sonora. Al riguardo, quindi, si rileva che i bacini di servizio radioelettrico presentano una spiccata eterogeneità in termini sia di estensione territoriale sia di popolazione raggiunta, in quanto i bacini di servizio locali, anziché essere determinati a monte attraverso uno specifico provvedimento di pianificazione, che ne definisca la configurazione in base a precisi criteri tecnici e socio/economici (come invece accaduto per la radiodiffusione sonora e televisiva in tecnica digitale), sono, ad oggi, il risultato unicamente delle caratteristiche tecniche delle reti trasmissive in esercizio, così come andate consolidandosi nel tempo;

¹⁸ Recante "*Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 23 gennaio 2001, n. 5, recante disposizioni urgenti per il differimento di termini in materia di trasmissioni radiotelevisive analogiche e digitali, nonché per il risanamento di impianti radiotelevisivi.*"

CONSIDERATO che la radiodiffusione sonora in tecnica analogica AM (*Amplitude Modulation*), il cui quadro regolamentare è delineato dal “*Regolamento recante la definizione dei criteri e delle modalità di assegnazione delle frequenze radio in onde medie a modulazione di ampiezza (AM) ovvero mediante altre tecnologie innovative, ai sensi dell’articolo 24-bis del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177*”, di cui alla delibera n. 3/16/CONS, del 14 gennaio 2016, risulta oggi marginale sia in termini di ricavi, sia di *audience*;

CONSIDERATO che, ai sensi dell’art. 10 del *Regolamento* allegato alla delibera n. 116/21/CONS, recante l’aggiornamento del Piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre (“*Logical Channel Number - LCN*”), le numerazioni dell’VIII arco di numerazione previste nel medesimo Piano LCN sono destinate ai servizi di radiodiffusione sonora che diffondono in *simulcast*, ai sensi dell’art. 3, comma 12, dell’Allegato A alla delibera n. 353/11/CONS, i palinsesti trasmessi da emittenti radiofoniche trasportati, ai sensi della normativa vigente, nei *multiplex* in tecnica digitale terrestre eserciti da operatori di rete titolari di diritti d’uso di frequenze televisive;

ATTIVITÀ DI CINEMA

CONSIDERATO che, sotto il profilo oggettivo dell’applicazione della disciplina, nell’individuazione dei mercati afferenti al settore economico che comprende le attività inerenti al **cinema**, di cui all’art. 3, comma 1, lett. z), *Tusma*, rileva che:

- l’art. 3 della legge n. 220/2016 definisce: “a) «*opera audiovisiva*»: la registrazione di immagini in movimento, anche non accompagnate da suoni, realizzata su qualsiasi supporto e mediante qualsiasi tecnica, anche di animazione, con contenuto narrativo, documentaristico o videoludico, purché opera dell’ingegno e tutelata dalla normativa vigente in materia di diritto d’autore e destinata al pubblico dal titolare dei diritti di utilizzazione; b) «*film*» ovvero «*opera cinematografica*»: l’opera audiovisiva destinata prioritariamente al pubblico per la visione nelle sale cinematografiche [...]”;

ATTIVITÀ DI PUBBLICITÀ ESTERNA

CONSIDERATO che, sotto il profilo soggettivo dell’applicazione della disciplina, nell’individuazione dei mercati afferenti al settore economico che comprende le attività di **pubblicità esterna**, di cui all’art. 3, comma 1, lett. z), *Tusma*, rileva che:

- tale attività è sottoposta al regime concessorio, in virtù del quale la collocazione degli impianti pubblicitari lungo le strade è attualmente prevista dall’art. 23 del

vigente *Codice della strada* (d.lgs. 30 aprile 1992, n. 285 e ss.mm.) e dal relativo regolamento attuativo (d.P.R. 16 dicembre 1992, n. 495,¹⁹ art. da 47 a 59), e per il quale, a decorrere dal 2021, ai sensi dell'art. 1, commi da 816 a 836, della l. 27 dicembre 2019, n. 160,²⁰ è stato istituito dai Comuni, dalle Province e dalle Città Metropolitane un canone patrimoniale di concessione, autorizzazione o esposizione pubblicitaria, in sostituzione dei tributi locali che si applicavano precedentemente, ai sensi del d.lgs. n. 507/1993 s.m.i.;²¹

- restano ferme le disposizioni inerenti alla pubblicità in ambito ferroviario e quella relativa alla propaganda elettorale;

CONSIDERATO che la pubblicità esterna, attività che si concretizza nella vendita di spazi pubblicitari in luoghi aperti al pubblico con differenti modi di esposizione, quali poster, arredo urbano, maxi-formati, cartellonistica esterna, *transit*, risulta essere tra quelle attività ove l'innovazione tecnologica manifesta maggiormente i propri effetti, permettendo oggi, rispetto al passato, molte possibilità di pianificazione pubblicitaria crossmediale e di alternanza tra contenuti editoriali e inserzioni pubblicitarie, in particolare attraverso la c.d. Go Tv e la c.d. *digital out of home*, avendo impatti diretti ed indiretti sul livello di pluralismo nel SIC;

CONSIDERATO che, a partire da febbraio 2024, la fornitura di servizi di media audiovisivi o radiofonici in luoghi aperti al pubblico è assoggettata ad autorizzazione, ai sensi dell'art. 5 del *Regolamento* adottato con delibera n. 295/23/CONS;

ATTIVITÀ DI SPONSORIZZAZIONI

CONSIDERATO che, sotto il profilo oggettivo dell'applicazione della disciplina le **sponsorizzazioni**, di cui all'art. 3, comma 1, lett. z), del *Tusma*, si configurano come attività di comunicazione commerciale *below the line*, diverse da quelle di cui all'art. 3, comma 1, lett. ss), del *Tusma*, aderenti alle disposizioni dell'art. 46 del *Tusma*, che confluiscono i) nei ricavi derivanti da attività radiofonica o televisiva, riconducibili ai

¹⁹ Recante il "*Regolamento di esecuzione e di attuazione del nuovo codice della strada*".

²⁰ Recante "*Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2020 e bilancio pluriennale per il triennio 2020-2022*".

²¹ Recante la "*Revisione ed armonizzazione dell'imposta comunale sulla pubblicità e del diritto sulle pubbliche affissioni, della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche dei comuni e delle province nonché della tassa per lo smaltimento dei rifiuti solidi urbani a norma dell'art. 4 della legge 23 ottobre 1992, n. 421, concernente il riordino della finanza territoriale.*" I tributi sostituiti dal vigente canone sono la tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche (TOSAP); il canone per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche (COSAP); l'imposta comunale sulla pubblicità e il diritto sulle pubbliche affissioni (ICPDPA); il canone per l'installazione dei mezzi pubblicitari (CIMP) e il canone di cui all'art. 27, commi 7 e 8, del Codice della strada, limitatamente alle strade di pertinenza dei Comuni e delle Province.

soggetti definiti *ex art. 3, comma 1, lett. d)*, del *Tusma*; *ii)* nei ricavi da attività dei fornitori di *video sharing platform*, di cui all'art. 3, comma 1, lett. *l)*, del *Tusma*. Tale componente è stata ritenuta dall'Autorità ininfluenza sul livello complessivo del pluralismo del SIC e dei mercati che lo compongono, come già indicato nell'allegato A alla delibera n. 555/10/CONS e nel *Parere relativo allo schema di decreto legislativo recante disposizioni integrative e correttive del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, recante il Testo Unico dei servizi di media audiovisivi*, inviato dall'Autorità all'Ufficio legislativo del Ministero delle Imprese e del Made in Italy, in data 29 settembre 2023;

PUBBLICITÀ ONLINE

CONSIDERATO che, sotto il profilo soggettivo dell'applicazione della disciplina, nell'individuazione dei mercati afferenti al settore economico che comprende le attività di **pubblicità online**, di cui all'art. 3, comma 1, lett. *z)*, *Tusma*, rileva che:

- a partire dalla direttiva (UE) 2018/1808, pur non allargando il presidio autorizzativo anche ai fornitori di servizi di piattaforma per la condivisione di video, l'intero impianto comunitario recentemente entrato in vigore evidenzia l'importanza della regolamentazione dei fornitori di piattaforme *online* di dimensioni molto grandi per la tutela dei diritti fondamentali,²² di cui alla *Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea*, i quali, pertanto, “*dovrebbero in particolare tenere debitamente conto della libertà di espressione e di informazione, compresi la libertà e il pluralismo dei media*” (*DSA*, considerando 47);
- la direttiva sui servizi di media audiovisivi, al Considerando 4, riconosce che “[*i*] servizi di piattaforma per la condivisione di video forniscono contenuti audiovisivi a cui il grande pubblico e in particolare i giovani accedono con frequenza sempre maggiore. Ciò vale anche per i servizi dei media sociali, che sono diventati un importante mezzo per condividere informazioni, intrattenere e istruire, anche dando accesso a programmi e video generati dagli utenti. Tali servizi di media sociali devono essere inclusi nell'ambito di applicazione della direttiva 2010/13/UE perché sono in concorrenza con i servizi di media audiovisivi per lo stesso pubblico e le stesse entrate. Inoltre, hanno anche un impatto significativo in quanto facilitano la possibilità che gli utenti modellino e influenzino i pareri di altri utenti”;

²² Regolamento (UE) 2019/1150 e soprattutto il regolamento (UE) 2022/2065.

- il Regolamento (UE) 2022/1925 del Parlamento europeo e del Consiglio del 14 settembre 2022, relativo a mercati equi e contendibili nel settore digitale e che modifica le direttive (UE) 2019/1937 e (UE) 2020/1828 (*regolamento sui mercati digitali*), definisce quale «servizio di social network online»: “*una piattaforma che consente agli utenti finali di entrare in contatto e comunicare gli uni con gli altri, condividere contenuti e scoprire altri utenti e contenuti su molteplici dispositivi e, in particolare, attraverso chat, post, video e raccomandazioni*” (art. 2, n. 7);
- il Regolamento (UE) 2019/1150 del Parlamento europeo e del Consiglio del 20 giugno 2019, che promuove equità e trasparenza per gli utenti commerciali dei servizi di intermediazione *online*, definisce “motore di ricerca online” quel «[...] *servizio digitale che consente all’utente di formulare domande al fine di effettuare ricerche, in linea di principio, su tutti i siti web, o su tutti i siti web in una lingua particolare, sulla base di un’interrogazione su qualsiasi tema sotto forma di parola chiave, richiesta vocale, frase o di altro input, e che restituisce i risultati in qualsiasi formato in cui possono essere trovate le informazioni relative al contenuto richiesto*» e, al punto 6), il “*fornitore del motore di ricerca online*” come la «*persona fisica o giuridica che fornisce, od offre di fornire, motori di ricerca online ai consumatori*» (art. 2, n. 5);

CONSIDERATO che, tra le forme di ricavi pubblicitari, come da ultimo valorizzati dall’Autorità nell’allegato A alla delibera n. 223/23/CONS di chiusura del procedimento per l’accertamento del valore del sistema integrato delle comunicazioni per l’anno 2021, emergono: i) “[...] *la pubblicità nazionale e locale anche in forma diretta, da televendite, da sponsorizzazioni, dei soggetti esercenti le attività indicate all’articolo 3, comma 1, lettera z) del Tusma; e ii) la pubblicità on line e sulle diverse piattaforme anche in forma diretta, incluse le risorse raccolte da motori di ricerca, da piattaforme sociali e di condivisione [...]*”;

CONSIDERATO che confluiscono pertanto nel primo aggregato i) i ricavi derivanti dalla raccolta (diretta, tramite concessionaria e in qualità di concessionaria) di pubblicità nazionale e locale sui mezzi di informazione tradizionali *offline* (quali servizi di media audiovisivi, in chiaro e a pagamento, lineari e non lineari; radio e servizi di media radiofonici; quotidiani; periodici; agenzie di stampa), comprese le televendite e le sponsorizzazioni afferenti ai servizi di media, nonché dalla raccolta pubblicitaria esterna e da quella cinematografica, e, nel secondo aggregato ii) i ricavi da raccolta di pubblicità *online*, realizzata dai fornitori di servizi di media audiovisivi, in chiaro e a pagamento, lineari e non lineari; servizi di media radiofonici; da quotidiani e periodici; dai motori di

ricerca online, dai servizi di social network online e dalle piattaforme di video sharing, comprese le sponsorizzazioni afferenti alle piattaforme di video sharing, nonché dalla raccolta pubblicitaria esterna digital out of home, dalla raccolta pubblicitaria sulle diverse piattaforme nella forma di display advertising, sia in forma diretta che indiretta, inclusi i servizi di intermediazione;

CONSIDERATO che le sponsorizzazioni quali contributi al finanziamento di servizi di piattaforma per la condivisione di video, di cui all'art. 3, comma 1, lett. ss), del *Tusma*, confluiscono nei ricavi dei fornitori di piattaforme per la condivisione di video, secondo le disposizioni dell'art. 43 del *Tusma*;

CONSIDERATO che i ricavi riconducibili alla componente della pubblicità Go TV non sono inclusi nel valore complessivo della pubblicità esterna utilizzato ai fini della valorizzazione del SIC, e che l'orientamento consolidato dell'Autorità – aderente alle considerazioni svolte nell'*Indagine conoscitiva sul settore della raccolta pubblicitaria* (delibera n. 551/12/CONS) – in base al quale la pubblicità Go TV non è ricompresa nella pubblicità esterna, viene confermato nel presente provvedimento, giacché tali ricavi dovranno confluire nel mercato dei servizi di media audiovisivi in chiaro, in ambito nazionale, alla luce del regime autorizzatorio introdotto con il *Regolamento* allegato alla delibera n. 295/23/CONS, art. 5;

CONSIDERATO che *i*) le attività relative alla produzione e distribuzione cinematografica, pur rilevanti sotto il profilo del pluralismo culturale e pertanto tutelate da misure normative e regolamentari, attengono principalmente a fasi della filiera audiovisiva che sono escluse dall'area di pertinenza del SIC, e che *ii*) il mercato dell'esercizio cinematografico, costituito dall'attività di gestione di sale cinematografiche che comprende tutte le attività consistenti nella selezione e acquisizione dei film dai distributori e nella loro messa a disposizione del pubblico, nonché quelle consistenti nella raccolta diretta e/o indiretta di pubblicità nelle sale, risulta – fatta salva la raccolta pubblicitaria nazionale nelle sale cinematografiche – ininfluente sul livello complessivo del pluralismo del SIC e dei mercati che lo compongono,²³ in quanto tali attività risultano riconducibili prevalentemente a mercati collegati a quelli che compongono il SIC, come chiarito anche nelle linee guida adottate con delibera n. 66/24/CONS;

CONSIDERATO che i ricavi derivanti dalla distribuzione al dettaglio di prodotti audiovisivi a contenuto cinematografico su diversi supporti (DVD, Blu-ray, 4k UHD), afferiscono all'attività economica "cinema", di cui all'art. 3, comma 1, lett. z), del *Tusma*,

²³ Come già indicato dall'Autorità nell'allegato A alla delibera n. 555/10/CONS.

sia nella componente, peraltro in progressiva diminuzione,²⁴ della *i*) vendita di prodotti, commercializzati nei canali c.d. *retail* e nelle edicole come “collaterali” (in abbinamento alla testata editoriale) o in “collane” (ove l’acquisto del prodotto “video” non è legato obbligatoriamente alla testata editoriale di riferimento);²⁵ sia nella componente residuale del *ii*) noleggio fisico, giacché la norma, nell’ultimo inciso dell’art. 51, comma 2, individua come ulteriore fonte di ricavo da considerare nella valutazione economica del SIC i proventi derivanti dall’«*utilizzo delle opere cinematografiche nelle diverse forme di fruizione del pubblico*»;

CONSIDERATO che i ricavi derivanti dal mercato digitale transazionale di opere audiovisive (c.d. *TVOD*, nelle diverse componenti *EST - Electronic Sell Through* e *ERT - Electronic Rental*) e quelli derivanti dalla commercializzazione dei diritti di distribuzione delle opere cinematografiche attraverso le varie forme di sfruttamento del mercato televisivo (servizi di media in chiaro e a pagamento, lineari e non lineari), non sono invece inclusi nella valorizzazione dell’area economica “cinema”, essendo computati tra i ricavi dei servizi di media audiovisivi;

CONSIDERATO che il mercato all’ingrosso delle licenze di diritti di trasmissione di contenuti televisivi, pur esercitando un impatto diretto ed indiretto sul livello di pluralismo nel SIC, risulta escluso dall’area di pertinenza del SIC ed è, in ogni caso, riconducibile a mercati collegati a quelli che compongono il SIC;

CONSIDERATO che il mercato dei servizi di accesso all’ingrosso alla piattaforma tecnica di trasmissione di servizi media, su piattaforma digitale terrestre, satellitare e su *Internet*, pur esercitando un impatto diretto ed indiretto sul livello di pluralismo nel SIC, risulta escluso dall’area di pertinenza del SIC è, in ogni caso, riconducibile a mercati collegati a quelli che compongono il SIC;

CONSIDERATO che l’Autorità deve tenere conto, fra l’altro, delle prospettive evolutive delle attività svolte dai soggetti nell’ambito del SIC, come previsto dall’art. 51, comma 5, procedendo ad analisi *case by case* sempre in ottica ecosistemica, e non limitandosi ad analisi orizzontali o verticali, al fine di valutare qualsiasi esistenza di posizioni di significativo potere di mercato lesive del pluralismo da parte di soggetti che

²⁴ Cfr. le analisi pubblicate da Univideo, associazione di categoria che rappresenta gli Editori Audiovisivi su media digitali (DVD, Blu-ray, 4K Ultra HD) e *online* (piattaforme di distribuzione digitale). Da ultimo, il *Rapporto Univideo 2022 sullo stato dell’editoria audiovisiva in Italia*.

²⁵ Mentre i ricavi derivanti dalla vendita dei prodotti “*librari*” e “*fonografici*” commercializzati in allegato a quotidiani e periodici sono ricompresi nelle attività economiche “*stampa quotidiana e periodica*”.

operano a vario titolo nel SIC, comprese le attività economiche che rappresentano innovazioni all'interno dei mercati che compongono il SIC;

RITENUTO che, come sopra specificato, l'ambito locale nei servizi di media audiovisivi, su piattaforma digitale terrestre, pur avendo rilevante impatto diretto sul livello di pluralismo nel SIC, non risulta allo stato valorizzabile, in virtù dell'epocale passaggio deciso dal legislatore con le citate *leggi di bilancio 2018 e 2019*, le quali hanno permesso di superare il modello di emittenza locale incentrato sull'autotrasporto dei propri contenuti, per sostituirlo con un modello più prossimo a quello nazionale, caratterizzato dalla figura dell'operatore di rete e basato sulla cessione della capacità trasmissiva ai fornitori di servizi di media audiovisivi locali; pertanto, tali mercati potranno essere valorizzati solo a partire dalla chiusura dei bilanci 2023, quando il nuovo assetto *post-refarming* avrà superato definitivamente il periodo transitorio;

RITENUTO che, come sopra specificato, l'ambito locale nella radio e nei servizi di media radiofonici, su rete terrestre analogica e digitale, pur avendo rilevante impatto diretto sul livello di pluralismo nel SIC, non risulta allo stato identificabile e valorizzabile, permanendo, in assenza di pianificazione FM, l'impossibilità di identificare bacini ove effettuare l'analisi per la radio analogica e considerata la troppo recente pianificazione per la rete DAB+;

CONSIDERATO che, per valorizzare le posizioni dei soggetti attivi nei "mercati" della fornitura al dettaglio dei servizi di comunicazione elettronica (art. 51, comma 3, lett. b), primo periodo), come definiti dal d.lgs. n. 259/2003 (*Codice delle comunicazioni elettroniche*), in coerenza con il disposto della sentenza della CGUE C719/18, l'Autorità identifica i mercati dell'accesso *retail* alle reti fisse e mobili, i quali si configurano come via di accesso ai *media*;

RITENUTO che, in coerenza con le attività individuate all'art. 3, comma 1, lett. z), del *Tusma* e in combinato disposto con i ricavi espressamente indicati all'art. 51, comma 2, del *Tusma* stesso e in coerenza con la normativa di settore sopra richiamata, l'Autorità debba:

- dare certezza alle imprese circa gli obblighi di *compliance* necessari al rispetto della norma di cui all'art. 51 del *Tusma*, provvedendo a una pubblicazione periodica in grado di renderle edotte circa il loro posizionamento nei mercati del SIC e in quelli, al dettaglio, dei servizi di comunicazione elettronica;

- valorizzare secondo criteri coerenti il SIC (nel suo complesso) e i mercati che lo compongono, ancorandosi al dettato normativo che specifica le “attività” da considerare (art. 3, *Tusma*) e i ricavi da computare (art. 51, comma 2, *Tusma*);
- valorizzare secondo criteri coerenti anche i *mercati* della fornitura al dettaglio delle comunicazioni elettroniche;

RITENUTO che l’applicazione di questi criteri e una interpretazione letterale e sistemica della norma portino ad una prima identificazione dei mercati che compongono il SIC sulla base dell’omogeneità delle caratteristiche dei prodotti e servizi offerti e della conformità alle norme di legge che delimitano l’ambito soggettivo e oggettivo degli operatori attivi nei distinti mercati e all’area geografica dove gli stessi operano;

CONSIDERATO che, come rilevato da estesa letteratura e in numerosi provvedimenti dell’Autorità,²⁶ dal punto di vista della teoria economica i servizi di media (televisione, radio) e l’editoria periodica e quotidiana, il cinema, le piattaforme di condivisione di video e le reti sociali nonché gli altri ambiti pubblicitari quali la pubblicità esterna possono essere qualificati come mercati a due versanti, i quali sono caratterizzati dalla presenza di una piattaforma gestita da un operatore che svolge la funzione di luogo di incontro o collegamento sia fisico che virtuale fra due gruppi interdipendenti di utenti e consente loro di realizzare delle transazioni. Oltre ad agevolare il soddisfacimento delle rispettive domande, il soggetto che si pone al centro della piattaforma favorisce le transazioni minimizzando i costi fra i due versanti del mercato. Da un versante all’altro si generano esternalità incrociate di rete, che possono avere segni opposti (positivo e negativo), per cui ciascun gruppo, ad esempio, trae un vantaggio o uno svantaggio dalla quantità e/o qualità dei soggetti che si trovano sull’altro versante. Una maggiore fruizione del mezzo da parte degli utenti produce un’esternalità positiva sulla domanda degli inserzionisti pubblicitari e, quindi, sulla loro disponibilità a pagare per raggiungere il proprio *target*, che dipende dalle caratteristiche degli stessi investitori (*i.e.* categoria merceologica del bene/servizio pubblicizzato, dimensioni dell’impresa, attitudine, etc.) e dall’affinità del *target* cui il messaggio pubblicitario si rivolge (in un preciso arco temporale) con il *target* del bene/servizio pubblicizzato;

RITENUTO, pertanto, di dover analizzare entrambi i versanti dei mercati, per i fini istruttori di cui all’art. 51, comma 5, *Tusma*, al fine di valutare se le posizioni di mercato emerse ad esito della valorizzazione dei mercati di cui all’art. 51, comma 2, possano ritenersi lesive del pluralismo, procedendo pertanto ad un’analisi sia sul versante degli

²⁶ Cfr. in particolare la delibera n. 555/10/CONS del 28 ottobre 2010; l’Allegato A alla delibera n. 551/12/CONS nonché la delibera n. 41/17/CONS del 26 gennaio e, da ultimo, la delibera 224/19/CONS del 7 giugno 2019.

utenti, esaminando in particolare la fruizione di contenuti, con particolare attenzione a quelli informativi, sia sul versante degli investitori pubblicitari, procedendo ad un'analisi relativa alla sostituibilità degli investimenti pubblicitari nei diversi mercati identificati nel presente provvedimento;

RITENUTO, in conclusione, necessario identificare e valorizzare per i fini di cui all'art. 51, comma 1, *Tusma*, i seguenti mercati che compongono il SIC, come meglio specificati nell'allegato A alla presente delibera:

- i) il mercato della stampa quotidiana nazionale, di dimensione nazionale;
- ii) i mercati della stampa quotidiana locale, di dimensione sovraregionale;
- iii) il mercato della stampa periodica nazionale, di dimensione nazionale;
- iv) il mercato delle agenzie di stampa a carattere nazionale, di dimensione nazionale (*a partire dalla chiusura dei bilanci per l'anno 2023*);
- v) il mercato della radio e dei servizi di media radiofonici, di dimensione nazionale;
- vi) il mercato dei servizi di media audiovisivi, lineari e non lineari, in chiaro, di dimensione nazionale;
- vii) il mercato dei servizi di media audiovisivi, lineari e non lineari, a pagamento, di dimensione nazionale;
- viii) i mercati dei servizi di media audiovisivi locali, di dimensione locale (*a partire dalla chiusura dei bilanci per l'anno 2023*);
- ix) il mercato della raccolta pubblicitaria cinematografica, di dimensione nazionale;
- x) il mercato della raccolta pubblicitaria esterna, di dimensione nazionale;
- xi) il mercato dei servizi di piattaforma per la condivisione di video ("*video sharing platform*"), di dimensione nazionale;
- xii) il mercato dei motori di ricerca *online*, di dimensione nazionale;
- xiii) il mercato dei servizi di reti sociali ("*online social network*"), di dimensione nazionale;
- xiv) il mercato dei servizi pubblicitari *online*, compresi reti pubblicitarie, scambi di inserzioni pubblicitarie e qualsiasi altro servizio di intermediazione pubblicitaria, di dimensione nazionale;

UDITA la relazione del Presidente;

DELIBERA

Articolo unico

1. È avviato il procedimento concernente l'individuazione dei singoli mercati che compongono il sistema integrato delle comunicazioni, di cui all'articolo 51, comma 2, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208.

2. Nell'ambito del procedimento di cui al comma 1, è avviata la consultazione pubblica sul documento relativo all'individuazione dei singoli mercati che compongono il sistema integrato delle comunicazioni, di cui all'allegato A alla presente delibera.

3. Le modalità di consultazione sono riportate nell'allegato B alla presente delibera.

4. I termini del procedimento sono fissati in 180 giorni decorrenti dalla data di pubblicazione della presente delibera. Il termine è sospeso per il tempo previsto nelle richieste di informazioni e documenti, per lo svolgimento della consultazione pubblica e per le eventuali interlocuzioni con altre Istituzioni pubbliche. I termini del procedimento possono essere prorogati dall'Autorità con delibera.

5. La responsabilità del procedimento è affidata alla dottoressa Paola Savini, della *Direzione servizi media*.

6. La presente delibera, comprensiva degli allegati A e B, che ne costituiscono parte integrante, è pubblicata sul sito *web* dell'Autorità.

Il presente provvedimento può essere impugnato davanti al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio entro 60 giorni dalla pubblicazione dello stesso.

Roma, 17 aprile 2024

IL PRESIDENTE

Giacomo Lasorella

Per conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE

Giulietta Gamba