



**Autorità per le garanzie nelle comunicazioni**



**2007**

**Relazione annuale**  
sull'attività svolta e sui programmi di lavoro



**↓ [Indice](#)**



## **Autorità per le garanzie nelle comunicazioni**

### **Presidente**

Corrado Calabrò

### **Componenti**

Nicola D'Angelo  
Giancarlo Innocenzi Botti  
Michele Lauria  
Gianluigi Magri  
Stefano Mannoni  
Enzo Savarese  
Sebastiano Sortino

### **Segretario generale**

Roberto Viola

### **Vice segretario generale**

Antonio Perrucci

### **Capo di gabinetto**

Guido Stazi

# Indice

## **1. Il sistema delle comunicazioni**

1.1.	Nel mondo e in Europa . . . . .	11
1.1.1.	Le telecomunicazioni . . . . .	11
1.1.2.	L'audiovisivo . . . . .	33
1.2.	In Italia . . . . .	44
1.2.1.	Le telecomunicazioni . . . . .	44
1.2.2.	La televisione . . . . .	64
1.2.3.	La radio . . . . .	72
1.2.4.	L'editoria . . . . .	75
1.2.5.	La pubblicità . . . . .	90
1.2.6.	L'evoluzione del quadro normativo in Italia . . . . .	96

## **2. Gli interventi dell'Autorità**

2.1.	La consultazione pubblica sulla separazione della rete e l'evoluzione verso le <i>Next Generation Networks</i> (NGN) . . .	101
2.2.	Le analisi dei mercati di comunicazione elettronica . . . . .	104
2.3.	Le indagini conoscitive . . . . .	123
2.4.	La telefonia fissa . . . . .	130
2.5.	La telefonia mobile . . . . .	144
2.6.	Internet . . . . .	146
2.7.	Le controversie tra operatori nei settori delle telecomunicazioni e internet . . . . .	149
2.8.	L'audiovisivo . . . . .	152
2.9.	La pubblicità . . . . .	177
2.10.	La rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione . . . . .	181
2.11.	La tutela dei minori . . . . .	183
2.12.	Il Registro degli Operatori di Comunicazione . . . . .	189
2.13.	L'attività ispettiva . . . . .	191
2.14.	I rapporti con i consumatori e gli utenti . . . . .	193
2.15.	La tutela giurisdizionale . . . . .	204
2.16.	Il conflitto di interessi . . . . .	211
2.17.	I casi di incompatibilità <i>ex lege</i> 481/1995 . . . . .	212
2.18.	La <i>par condicio</i> e il pluralismo dell'informazione . . . . .	214

**3. I rapporti istituzionali dell'Autorità**

3.1.	I rapporti internazionali . . . . .	221
3.2.	I rapporti con le istituzioni nazionali . . . . .	231
3.3.	Il rapporto con il Ministero delle comunicazioni . . . . .	239
3.4.	I rapporti con i Comitati regionali per le comunicazioni . . . . .	242
3.5.	I rapporti con le Università e gli enti di ricerca . . . . .	250
3.6.	Il Consiglio nazionale degli utenti . . . . .	251
3.7.	La Guardia di Finanza e la Polizia postale e delle comunicazioni . . . . .	255

**4. L'organizzazione dell'Autorità**

4.1.	L'organizzazione e le risorse umane . . . . .	263
4.2.	Il Comitato etico . . . . .	267
4.3.	Il sistema dei controlli . . . . .	268
4.4.	Il bilancio . . . . .	270
4.5.	Servizi di documentazione . . . . .	271
4.6.	Informazioni ufficiali e sito <i>web</i> . . . . .	272

	<i>L'attività dell'Autorità: quadro riepilogativo dei principali provvedimenti (1° giugno 2006 - 31 maggio 2007)</i> . . . . .	274
--	--	-----

	<i>Acronimi</i> . . . . .	275
--	---------------------------	-----

## Indice delle tabelle

### 1. Il sistema delle comunicazioni

Tabella 1.1.	Data di passaggio ( <i>switch-off</i> ) alla DTT per Paese .....	35
Tabella 1.2.	Ripartizione della spesa d'utente (%) .....	45
Tabella 1.3.	Investimenti in immobilizzazioni (milioni di euro) .....	46
Tabella 1.4.	Tariffe di servizi di pubblica utilità e prezzi al consumo (variazione m.a. in %) .....	48
Tabella 1.5.	Spesa degli utenti per i servizi di rete fissa, suddivisione per tipologia .....	48
Tabella 1.6.	Traffico su rete fissa per direttrice (miliardi di minuti) .....	50
Tabella 1.7.	Accessi a banda larga attivati (milioni) .....	50
Tabella 1.8.	Accessi a larga banda per tipologia (%) .....	52
Tabella 1.9.	Risorse e dotazioni informatiche in Europa .....	53
Tabella 1.10.	Quote di mercato degli operatori sulla spesa degli utenti (%) .....	55
Tabella 1.11.	Servizi finali su rete commutata e larga banda (quote in %) .....	56
Tabella 1.12.	Quote di mercato nella fonia vocale (%) .....	56
Tabella 1.13.	Accessi fisici alla rete fissa (in migliaia) .....	57
Tabella 1.14.	Ricavi nella rete mobile per tipologia di servizi .....	58
Tabella 1.15.	Ricavi da servizi voce per direttrice .....	58
Tabella 1.16.	Ricavi da servizi dati per tipologia .....	58
Tabella 1.17.	Quote di mercato nei servizi mobili (%) .....	60
Tabella 1.18.	Linee mobili attivate nel 2006 .....	60
Tabella 1.19.	Ricavo annuo per linea (euro) .....	61
Tabella 1.20.	Quote di mercato nei ricavi da servizi voce e dati (ricavi %) .....	61
Tabella 1.21.	<i>Mobile Number Portability</i> : distribuzione al 30 marzo 2007 (%) .....	62
Tabella 1.22.	Ricavi per operatore (milioni di euro) .....	66
Tabella 1.23.	Programmi televisivi e radiofonici trasmessi dai MUX con copertura superiore al 50% della popolazione .....	69
Tabella 1.24.	Emittenti locali che trasmettono su DTT (maggio 2007) .....	70
Tabella 1.25.	Ascolto principali emittenti nazionali nei sette giorni (valori in migliaia) .....	73
Tabella 1.26.	Ascolto principali emittenti nazionali nel giorno medio (valori in migliaia) .....	73
Tabella 1.27.	Ricavi delle principali emittenti nazionale (milioni di euro) .....	74
Tabella 1.28.	Diffusione delle testate quotidiane (milioni di copie annue) .....	75
Tabella 1.29.	Vendita media giornaliera delle testate quotidiane (migliaia di copie) .....	76
Tabella 1.30.	Diffusione media delle principali testate quotidiane gratuite (migliaia di copie) .....	76
Tabella 1.30.	Gruppo Caltagirone .....	78
Tabella 1.31.	Gruppo Editoriale l'Espresso .....	78
Tabella 1.32.	Gruppo Monti (Poligrafici editoriale) .....	79
Tabella 1.33.	Gruppo RCS .....	79
Tabella 1.34.	Diffusione delle principali testate italiane .....	80
Prospetto 1.	Testate quotidiane: tiratura nazionale (2006) .....	81
Prospetto 2.	Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Nord-Ovest (2006) .....	85
Prospetto 3.	Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Nord-Est (2006) .....	86
Prospetto 4.	Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Centro (2006) .....	87
Prospetto 5.	Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Sud (2006) .....	88
Tabella 1.35.	Investimenti pubblicitari per area geografica (miliardi di euro) .....	91
Tabella 1.36.	Investimenti pubblicitari per area geografica (%) .....	91
Tabella 1.37.	Investimenti pubblicitari in Europa (miliardi di euro) .....	92

Tabella 1.38. Investimenti pubblicitari in Europa (%) .....	92
Tabella 1.39. Investimenti pubblicitari in Italia (milioni di euro) .....	93
Tabella 1.40. Differenziale nei tassi di crescita fra Italia ed Europa .....	93
Tabella 1.41. Investimenti pubblicitari in Italia (%) .....	94
Tabella 1.42. Investimenti pubblicitari sul mezzo per categorie merceologiche (2006 in %) .....	95
Tabella 1.43. Investimenti pubblicitari sul mezzo per categorie merceologiche (2005 in %) .....	95
Tabella 1.44. Investimenti pubblicitari per categorie merceologiche sul mezzo (2006 in %) .....	96
Tabella 1.45. Investimenti pubblicitari per categorie merceologiche sul mezzo (2005 in %) .....	96

## 2. Gli interventi dell'Autorità

Tabella 2.1. La composizione del SIC.....	122
Tabella 2.2. Il SIC per aree economiche nel 2005 (milioni di euro).....	123
Tabella 2.3. Quote di contribuzione al fondo per il servizio universale (2003) .....	134
Tabella 2.4. Vincoli di <i>price cap</i> per gli anni 2006 e 2007 .....	137
Tabella 2.5. Variazione dei prezzi dei servizi di accesso del 13 ottobre 2006 (eurocent al netto dell'IVA) .....	138
Tabella 2.6. Variazione dei contributi una tantum con decorrenza 1° aprile 2007 (euro IVA esclusa) .....	138
Tabella 2.7. Variazione dei canoni della clientela affari con decorrenza 1° aprile e 1° ottobre 2007 (prezzi in euro IVA esclusa) .....	139
Tabella 2.8. Variazione delle valorizzazioni dei <i>basket</i> dei servizi di accesso con decorrenza 1° aprile e 1° ottobre 2007 .....	139
Tabella 2.9. Variazione dei prezzi delle chiamate da fisso a mobile del 7 maggio 2006 (eurocent IVA esclusa) .....	139
Tabella 2.10. Variazione della valorizzazione limitata alla sola quota di <i>retention</i> del <i>basket</i> del traffico fisso-mobile del 7 maggio 2006 .....	140
Tabella 2.11. Prezzi delle chiamate da fisso a mobile con decorrenza 1° luglio 2006 (centesimi di euro IVA esclusa) .....	140
Tabella 2.12. Valorizzazione del <i>basket</i> del traffico fisso - mobile con decorrenza 1° luglio 2006 .....	141
Tabella 2.13. Variazione dei prezzi della telefonia pubblica di giugno 2006. Modalità del conteggio degli scatti: sincrona anticipata .....	143
Tabella 2.14. Variazione dei prezzi della telefonia pubblica di luglio/settembre 2006. Valore dello scatto pari a 10 centesimi di euro al netto dell'IVA. Modalità del conteggio degli scatti: sincrona anticipata .....	144
Tabella 2.15. Dati istanza .....	150
Tabella 2.16. Programmazione televisiva per generi (2005 in %) .....	164
Tabella 2.17. Produttori indipendenti presenti in Italia.....	169
Tabella 2.18. Volume di attività connesso al rilascio di autorizzazioni satellitari .....	172
Tabella 2.19. Programmi e soggetti autorizzati (dal 13 aprile 2000 al 30 aprile 2007) .....	173
Tabella 2.20. Emittenti televisive nazionali, stato dell'attività di vigilanza e sanzionatoria nel settore della pubblicità televisiva .....	178
Tabella 2.21. Attività ispettive (marzo 2006 - maggio 2007) .....	192
Tabella 2.22. Sintesi procedimenti sanzionatori e relativi provvedimenti adottati (dal mese di maggio 2006 al mese di aprile 2007) .....	194
Tabella 2.23. Attività di risoluzione extragiudiziale di controversie .....	195
Tabella 2.24. Segnalazioni analizzate suddivise per tipologia di problematica segnalata.....	200

### **3. I rapporti istituzionali dell'Autorità**

Tabella 3.1.	Pareri resi all'Autorità garante della concorrenza e del mercato in merito a operazioni di concentrazione nel settore delle comunicazioni (maggio 2006 - aprile 2007) .....	233
Tabella 3.2.	Co.re.com./Co.re.rat.: leggi istitutive, Presidente e deleghe .....	243
Tabella 3.3.	Co.re.com., attività e iniziative, risoluzione delle controversie .....	245

### **4. L'organizzazione dell'Autorità**

Tabella 4.1.	Personale dell'Autorità al 1° giugno 2007 .....	266
Tabella 4.2.	Trasferimenti da parte dello Stato per gli esercizi 2005, 2006 e 2007 (euro) .....	270

## **Indice delle figure**

### **1. Il sistema delle comunicazioni**

Figura 1.1.	Mercato dei servizi di telecomunicazioni nel mondo (miliardi di euro) .....	11
Figura 1.2.	Servizi di telecomunicazioni nel mondo (variazione in %) .....	11
Figura 1.3.	Servizi di telecomunicazioni per area geografica (2006 in %) .....	12
Figura 1.4.	Accessi a larga banda nel mondo (milioni) .....	15
Figura 1.5.	Linee mobili nel mondo (in milioni) .....	18
Figura 1.6.	Mercato dei servizi di telecomunicazioni in Europa (miliardi di euro) .....	20
Figura 1.7.	Accessi a larga banda in Europa (milioni) .....	22
Figura 1.8.	Linee mobili in Europa (milioni) .....	23
Figura 1.9.	Telefonia mobile nei principali paesi europei (miliardi di euro) .....	23
Figura 1.10.	Servizi di telecomunicazioni su rete fissa negli Stati Uniti (miliardi di euro) .....	26
Figura 1.11.	Accessi a larga banda negli Stati Uniti (milioni) .....	27
Figura 1.12.	Linee mobili negli Stati Uniti (milioni) .....	28
Figura 1.13.	Servizi di telecomunicazioni su rete mobile negli Stati Uniti (miliardi di euro) .....	28
Figura 1.14.	Servizi di telecomunicazioni su rete fissa in Cina, India e Giappone (miliardi di euro) .....	29
Figura 1.15.	Accessi a larga banda in India e Cina (milioni) .....	29
Figura 1.16.	Servizi di telecomunicazioni su rete mobile in Cina, India e Giappone (miliardi di euro) .....	30
Figura 1.17.	Linee mobili in India, Cina e Giappone (milioni) .....	30
Figura 1.18.	Mercato dei servizi di telecomunicazioni nel resto del mondo (miliardi di euro) .....	31
Figura 1.19.	I servizi televisivi nel mondo per tipologia di risorsa (2006 in %) .....	33
Figura 1.20.	I servizi televisivi nel mondo per area geografica (miliardi di euro) .....	34
Figura 1.21.	Mercato televisivo europeo per paese – risorse per natura (2006 %) .....	36
Figura 1.22.	Utenti di servizi di televisione a pagamento in Europa nel 2006 (famiglie in %) .....	37
Figura 1.23.	Utenti di servizi di televisione a pagamento per piattaforma (milioni) .....	37
Figura 1.24.	Crescita dei servizi televisivi <i>pay</i> per piattaforma (2006 in %) .....	38
Figura 1.25.	Numero di utenti di servizi televisivi <i>pay</i> nei principali paesi europei (milioni) .....	38
Figura 1.26.	Penetrazione della TV digitale in Europa (% <i>households</i> nel 2006) .....	39
Figura 1.27.	Accessi alla TV digitale in Europa per piattaforma (milioni) .....	39
Figura 1.28.	Ripartizione accessi alla tv digitale per paese (2006 in %) .....	40
Figura 1.29.	Accessi alla TV digitale nei principali paesi europei (milioni) .....	40

Figura 1.30. Stati Uniti – famiglie multicanale (milioni) .....	41
Figura 1.31. Stati Uniti – TV <i>households</i> digitali (milioni) .....	41
Figura 1.32. Mercato audiovisivo dell'area Asia-Pacifico (miliardi di euro) .....	42
Figura 1.33. Famiglie multicanale nei principali paesi asiatici (milioni).....	42
Figura 1.34. Famiglie con TV digitale nei principali paesi asiatici (milioni) .....	43
Figura 1.35. Spesa degli utenti in servizi di telecomunicazioni (miliardi di euro) .....	45
Figura 1.36. Andamento dei prezzi al consumo e tariffe dei servizi pubblici.....	47
Figura 1.37. Accessi a larga banda su rete fissa (milioni e var %).....	50
Figura 1.38. Accessi a larga banda su rete fissa in Europa (% della popolazione nel 2006).....	51
Figura 1.39. Evoluzione delle quote di mercato di Telecom Italia (% linee attivate) .....	54
Figura 1.40. Accessi a larga banda su rete fissa per operatore (marzo 2007 in %) .....	54
Figura 1.41. Diffusione dell'UMTS ( <i>user</i> in milioni) .....	59
Figura 1.42. <i>Mobile Number Portability</i> : linee portate (milioni) .....	62
Figura 1.43. Ricavi nel settore televisivo (milioni di euro) .....	64
Figura 1.44. Ricavi <i>pay per view</i> per piattaforma (%) .....	65
Figura 1.45. Ricavi del settore televisivo per tipologia (%) .....	65
Figura 1.46. Ricavi del settore televisivo per operatore (%) .....	67
Figura 1.47. Quote nel mercato della raccolta pubblicitaria televisiva (%).....	68
Figura 1.48. Quote nel mercato delle offerte televisive a pagamento (%) .....	68
Figura 1.49. Diffusione della televisione digitale terrestre (milioni).....	70
Figura 1.50. Accessi alla TV digitale (milioni).....	71
Figura 1.51. Accessi televisivi digitali (% famiglie) .....	71
Figura 1.52. Andamento dell' <i>audience</i> nel giorno medio (%) .....	72

## 2. Gli interventi dell'Autorità

Figura 2.1. Imprese, contenuti e contenitori del SIC.....	121
Figura 2.2. Imprese iscritte al ROC per attività (%) .....	189
Figura 2.3. Imprese iscritte al ROC per natura giuridica (%).....	190
Figura 2.4. Segnalazioni analizzate suddivise per tipologia di segnalante .....	199
Figura 2.5. Segnalazioni analizzate suddivise per operatore .....	200
Figura 2.6. Servizi non richiesti attribuiti unilateralmente dall'operatore .....	201
Figura 2.7. Segnalazioni relative al disconoscimento di comunicazioni riguardanti numerazioni per servizi a valore aggiunto e satellitari.....	202
Figura 2.8. Segnalazioni relative a rapporti di natura contrattuale con l'operatore .....	203

## 3. I rapporti istituzionali dell'Autorità

Figura 3.1. Il Consiglio Nazionale degli Utenti .....	252
---	-----

## 4. L'organizzazione dell'Autorità

Figura 4.1. Gli Organi e il Gabinetto dell'Autorità.....	265
Figura 4.2. La struttura dell'Autorità .....	265
Figura 4.3. Il Comitato etico .....	268
Figura 4.4. La Commissione di garanzia.....	269
Figura 4.5. Il Servizio del controllo interno .....	269

**1**

**Il sistema delle comunicazioni**

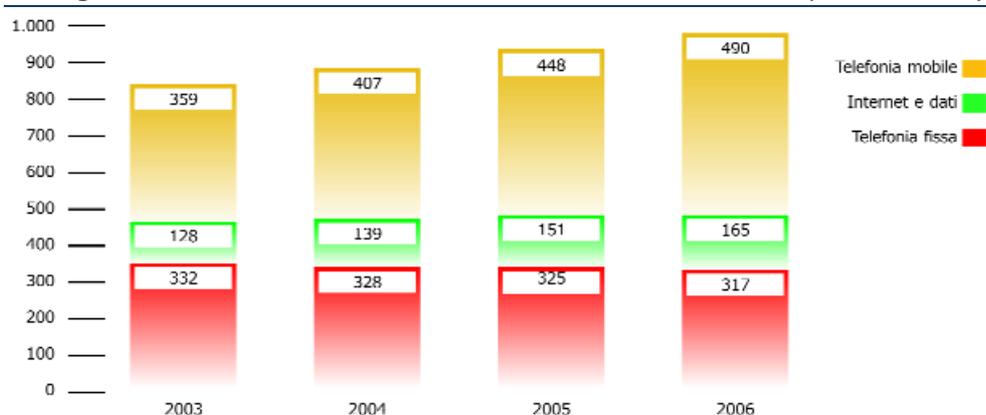


## 1.1. Nel mondo e in Europa

### 1.1.1. Le telecomunicazioni

Nel 2006, il mercato mondiale dei servizi di telecomunicazioni ha mostrato ancora segnali di crescita evidenti, superando 970 miliardi di euro, di cui poco più della metà (51%) di provenienza dai servizi di telefonia mobile (figura 1.1).

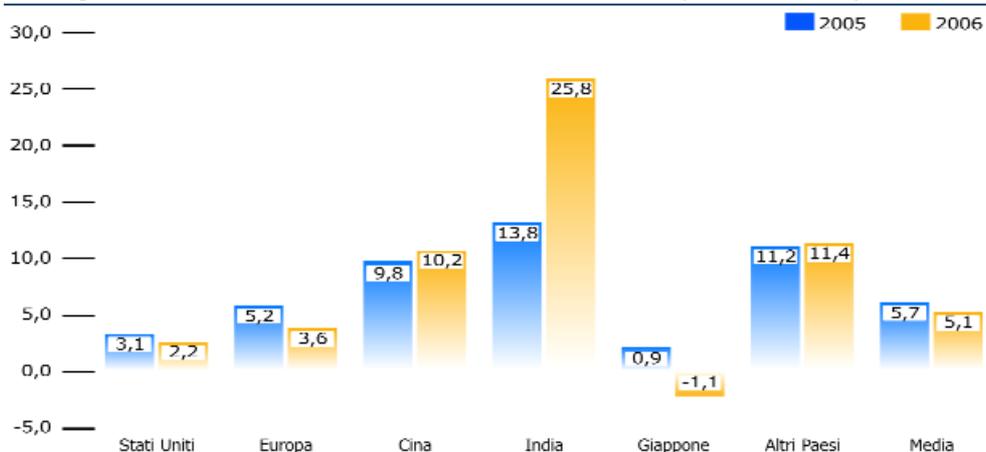
**Figura 1.1.** Mercato dei servizi di telecomunicazioni nel mondo (miliardi di euro)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

Sono principalmente i servizi di telefonia mobile che garantiscono i margini di crescita del settore, mentre nella telefonia fissa l'aumento delle entrate dai servizi d'accesso a larga banda compensa solo in parte la contrazione dei ricavi derivanti dalla componente tradizionale del servizio (la voce).

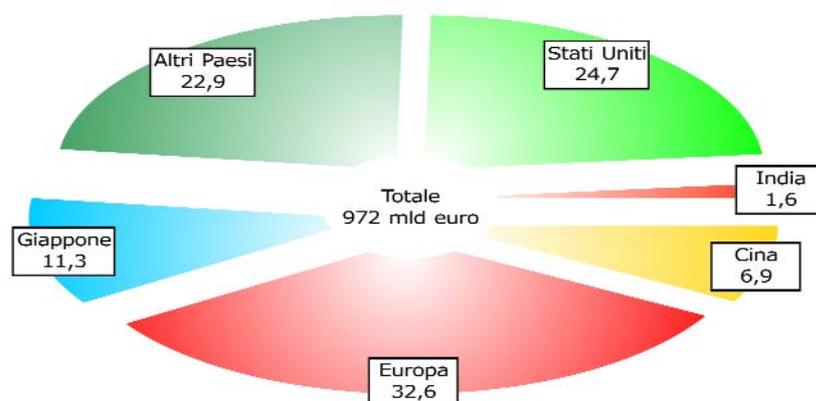
**Figura 1.2.** Servizi di telecomunicazioni nel mondo (variazione in %)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

Complessivamente, il mercato mondiale è cresciuto di più del 5%, dopo un aumento registrato lo scorso anno del 5,7% (figura 1.2). Tra i mercati maggiormente dinamici, in generale non appartenenti all'area OCSE, si segnala la Cina, che apporta il contributo principale alla crescita del settore mondiale (+ 11,7 miliardi di euro tra 2005 e 2006), cui segue un gruppo di paesi (India, Russia, Turchia, Brasile), i quali negli ultimi due anni hanno registrato un incremento nei ricavi compreso tra i 4 e i 5 miliardi di euro ciascuno, ed il Messico con 3,5 miliardi di euro (figura 1.3).

**Figura 1.3** Servizi di telecomunicazioni per area geografica (2006 in %)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

In particolare, Cina e India mostrano un ritmo di crescita sostenuto, a due cifre (rispettivamente 10,2% e 25,8% nel 2006 – figura 1.2), mentre nei mercati più maturi si assiste ad un rallentamento dello sviluppo del settore: in Europa si è passati dal 5,2% del 2005 al 3,6% del 2006, negli Stati Uniti la crescita è calata dal 3,1% al 2,2%, mentre il Giappone ha, nell'ultimo anno, subito una contrazione sensibile.

Il contesto di accresciuta pressione concorrenziale ha ulteriormente sollecitato gli operatori di telecomunicazioni fisse e mobili alla ricerca di nuove strategie di crescita, per attenuare le perdite di ricavi nel loro *core-business* (i tradizionali servizi vocali).

In particolare, si registra una notevole spinta innovativa, in parte legata agli investimenti nella costruzione di reti di nuova generazione (*Next Generation Networks*, NGN) basate sul Protocollo Internet (IP) e all'ampliamento della capacità di banda delle reti, fisse e mobili, esistenti.

Da un lato, vi sono investimenti volti a migliorare le infrastrutture fisse e mobili attuali (attraverso modalità tecniche quali l'EDGE, l'HSDPA e l'ADSL2+). Dall'altro lato, i limiti tecnici delle reti attuali, soprattutto quella in rame, hanno condotto gli operatori ad un rinnovato interesse per nuove infrastrutture a larghissima banda (ossia quelle capaci di trasportare servizi di accesso con capacità trasmissiva uguale o superiore a 20 Mbit/s).

Nelle reti fisse, l'attenzione si è focalizzata nell'impiego della tecnologia in fibra cd. FTTx (*Fiber To The x* – dove la x può stare per *home, building, premises, cabinet* o *curb*) che abilita all'utilizzo dei nuovi servizi che richiedono elevatissima capa-

cià trasmissiva (HDTV o televisione ad alta definizione) e permette la fruizione simultanea di più servizi nell'ambito di una stessa abitazione.

L'Asia resta pioniera nell'ampliamento di banda grazie agli operatori storici giapponesi e sudcoreani, sostenuti dalle politiche dei relativi Governi. Infatti, il Giappone è al primo posto a livello mondiale come base abbonati alla tecnologia FTTx (7,8 milioni di abbonati stimati a fine 2006), seguito proprio dalla Corea del Sud (2,8 milioni di abbonati). La dinamica dei nuovi abbonati FTTx in questi paesi mostra un andamento più sostenuto rispetto a quella degli abbonati in tecnologia DSL.

Gli Stati Uniti sono in una situazione intermedia: la *customer base* si colloca infatti intorno a 1.400.000 abbonati FTTx a fine 2006.

In Europa, la diffusione è ancora minore: sono 870.000 gli abbonati FTTx stimati a fine 2006, di cui più del 92% concentrati in quattro paesi (Svezia, Italia, Paesi Bassi e Danimarca). Negli altri paesi europei, l'impiego di reti FTTx non raggiunge ancora livelli di diffusione significativi. Tuttavia, molti operatori europei, sia *incumbent* che nuovi entranti, hanno intrapreso importanti strategie di investimento nelle nuove tecnologie (Deutsche Telekom, France Télécom).

Lo sviluppo delle reti in fibra sembra dipendere in primo luogo dai ricavi attesi dai nuovi servizi integrati, dal contesto regolamentare di riferimento e dalle politiche pubbliche (anche in materia di risoluzione del problema del *digital divide*). Con riguardo invece ai costi di messa in opera, il cui elevato livello è legato per la gran parte alle opere di ingegneria civile, cresce la ricerca di soluzioni idonee a ridurre tale componente di spesa attraverso la condivisione delle infrastrutture esistenti e/o la messa a disposizione delle condotte già posate.

Altra novità sul fronte della connettività a banda larga riguarda le tecnologie radio, ed in particolare il WiMax (*Worldwide interoperability for Microwave access*). Pur essendo una tecnologia estremamente versatile (è supportata sia dalle reti fisse che mobili: il WiMax "mobile" è la versione basata sullo standard 802.16e, quello "fisso" è la versione 802.16a), i grandi produttori di apparati sembrano concentrarsi prevalentemente sulle soluzioni mobili, ed i principali impieghi annunciati si basano sullo standard mobile (Sprint Nextel negli Stati Uniti e KT in Corea del Sud) seppure su una diversa banda di frequenza rispetto all'Europa. Ciò nonostante il WiMax mobile sia attualmente impiegato solo in Corea del Sud. In ogni caso, nelle applicazioni mobili il WiMax dovrebbe essere utilizzato per fornire un accesso ad internet nelle zone ad alta densità di popolazione, a complemento o in concorrenza con le attuali reti cellulari in dipendenza degli sviluppi tecnologici e delle bande di frequenza disponibili.

Per quanto riguarda invece l'applicazione del WiMax di rete fissa, essa è principalmente utilizzata per offrire un accesso a larga banda nelle zone mal servite dalle attuali infrastrutture (zone rurali nei paesi sviluppati e zone suburbane nei paesi emergenti), contribuendo così a ridurre il problema del "*digital divide*".

Poiché però i due citati standard tecnologici non sono tra loro interoperabili, occorrerà scegliere se lanciare la versione "fissa" o la versione "mobile". Lo sviluppo del WiMax dipenderà principalmente dalla disponibilità di spettro e dallo sviluppo su grande scala di infrastrutture e di terminali compatibili. In Europa, l'impiego del WiMax fisso, seppure in crescita, è al momento ancora limitato, mentre la fruizione del WiMax mobile è frenata dalla mancanza di armonizzazione della banda di frequenza a 2.5 GHz. Questa situazione dovrebbe evolvere gradualmente nei prossimi anni.

Grazie agli investimenti nelle nuove reti, sono sempre più diffusi servizi che combinano voce, dati, contenuti audio-video su uno stesso accesso a larga banda.

In particolare, la strategia di offerta di *bundle* di servizi è diventata inevitabile per il fisso dove, mediante l'utilizzo, come detto, di infrastrutture più evolute ("digitalizzazione" del cavo) e di nuove tecnologie (Ethernet, VDSL), ogni operatore fisso può garantire offerte *triple play* (telefonia, accesso Internet e televisione) utilizzando uno stesso dispositivo. Di conseguenza, operatori di provenienza di un settore delle comunicazioni si trovano ora in concorrenza anche in altri segmenti di mercato (fisso, mobile, TV, internet). In questo ambito, gli operatori stanno arricchendo questi servizi integrati con nuove funzionalità, offerte in parte gratuitamente con l'obiettivo di conquistare nuovi utenti e di fidelizzare la "vecchia" clientela, in parte attraverso opzioni a pagamento, al fine di assicurarsi nuove fonti di ricavo.

Se le reti fisse a larga e larghissima banda permettono di accedere a nuovi servizi integrati, i gestori mobili propongono terminali in grado di offrire servizi televisivi o internet già disponibili sul fisso (IMS, *webmail*, motore di ricerca, ecc.).

Le ampie potenzialità di impiego delle nuove reti di telecomunicazioni stanno gradualmente delineando nuovi scenari che, come detto, travalicano il modello tradizionale di *business* orientato al contatto diretto con il cliente finale, predisponendo servizi intermedi destinati ad aziende.

Le *homepage* dei portali degli operatori di rete fissa diffondono da tempo *banner* e *link* sponsorizzati; ora la pubblicità ha iniziato ad apparire anche sugli apparecchi mobili (vanno in questa direzione gli accordi tra gestori mobili e società internet, quali: Vodafone/Yahoo!, Bouygues Telecom/Microsoft, T-Mobile/Google).

Questa spinta innovativa non si è ancora tradotta negli attesi incrementi di ricavi e di redditività, anche a causa di una cauta (rispetto alle attese) risposta del mercato all'offerta dei nuovi servizi, soprattutto nel segmento mobile. In particolare, si registrano risultati diversi a seconda dei servizi offerti. Se il *double play* (telefonia ed accesso *broadband*) incontra le preferenze dei consumatori, le potenzialità del *triple play* (*double play* a cui si aggiungono i contenuti audio-video), non sono state ancora del tutto recepite dal mercato, che al momento, peraltro, può fruire di alcuni dei contenuti disponibili sulla IPTV anche su altre piattaforme tecnologiche, in modalità sia *free* che *pay*.

L'offerta di contenuti integrati è completata con i pacchetti in cui ai precedenti servizi di comunicazione (voce da postazione fissa, internet a larga banda e contenuti audiovisivi) vengono associati anche i servizi in mobilità (*quadruple play*).

Se concorrenza, convergenza e rallentamento dei mercati rappresentano forze di ricomposizione e di concentrazione del settore delle telecomunicazioni, non sono comunque le uniche a caratterizzare questo scenario. Altre tendenze si manifestano in modo evidente quali, da un lato, l'integrazione verticale di alcuni operatori al fine di arricchire l'intera catena delle applicazioni utilizzate, o dall'altro lato, la disaggregazione, scelta dalle imprese o imposta dal regolatore, tra la gestione delle infrastrutture di rete e i servizi alla clientela finale.

Al riguardo, si evidenzia che anche negli Stati Uniti, dove, a causa di una forte concorrenza infrastrutturale, la deregolamentazione dei servizi è più accentuata, la *Federal Communications Commission* (l'Autorità di settore) ha approvato la recente fusione tra gli operatori AT&T e BellSouth subordinatamente ad alcuni impegni che riguardano l'accesso alla infrastruttura di rete, nelle zone in cui la nuova entità risulta in posi-

zione di significativo potere di mercato, ed al rispetto della *net-neutrality*<sup>1</sup>, ossia il principio secondo cui gli operatori di telecomunicazioni non devono discriminare, nelle condizioni di accesso e gestione garantiti agli altri operatori, i servizi ed i contenuti che transitano sulle proprie reti.

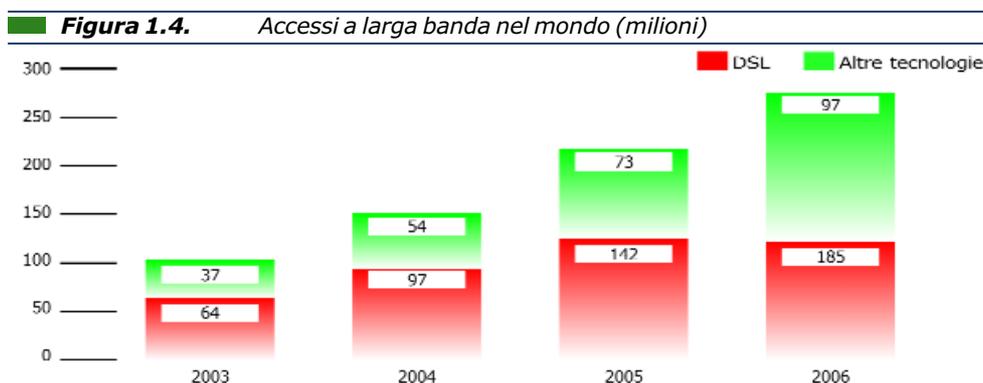
Il rischio evidenziato è che l'operatore verticalmente integrato favorisca i propri servizi sfruttando la posizione di forza nel segmento dell'accesso, a scapito delle società concorrenti.

### **Il mercato mondiale dei servizi su rete fissa**

Dal 2002, il numero di linee principali nel mondo è aumentato in media del 4% all'anno, per superare, a fine 2006, gli 1,2 miliardi. La crescita del settore nei paesi in via di sviluppo (+ 10% all'anno) ha compensato la graduale riduzione nei paesi industrializzati (-2% all'anno). La diminuzione netta del numero di linee d'accesso, osservata fin dal 2002 negli Stati Uniti, si è estesa dunque all'insieme dei paesi industrializzati. Alla riduzione delle linee di accesso, si associa una diminuzione del traffico sulle reti fisse, che, combinata ad una pressione concorrenziale continua sui prezzi al dettaglio, incide negativamente sul fatturato complessivo dei servizi di telefonia fissa.

Il declino del settore deriva anche dal costante aumento dei servizi mobili. Si pensi che nei paesi industrializzati più del 10% delle famiglie sono dotate esclusivamente di apparecchi mobili.

Nei paesi in via di sviluppo, invece, la diffusione dei servizi mobili è dovuta frequentemente alla necessità di rispondere alla domanda di servizi di telecomunicazioni in assenza di adeguate infrastrutture fisse locali.



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Point Topic

Lo sviluppo della larga banda, in particolare degli accessi in tecnologia DSL, è invece ancora in fase di accelerazione (figura 1.4): negli ultimi cinque anni gli accessi *broadband* si sono moltiplicati di otto volte, superando, a partire dal 2005, il tetto dei 200 milioni. Anche nel 2006, il mercato è in forte crescita (+ 24% rispetto al 2005),

<sup>1</sup> Cfr. decisione FCC 06-189 del 29 dicembre 2006, Appendice F.

arrivando a 281 milioni di abbonati alla fine dello scorso anno. Più di due terzi degli accessi a larga banda sono nelle economie avanzate (73%).

Con 57,3 milioni di abbonati a fine 2006 (equivalenti al 17% della popolazione), gli Stati Uniti detengono il primato, in termini di numero assoluto, di abbonati a larga banda, con un moderato rallentamento del ritmo di crescita rispetto allo scorso anno (+25% nel 2006, contro un +36% nel 2005). I paesi asiatici industrializzati mantengono – tuttavia – la *leadership* in termini di penetrazione, con un tasso di adozione superiore al 20% a fine 2006.

L'Europa sta gradualmente recuperando il suo *gap* rispetto agli Stati Uniti ed ai paesi asiatici più avanzati, anche se rimane tuttora in una condizione di ritardo.

Dopo una iniziale forte contrazione, a partire dal 2005, la tariffazione dell'accesso a larga banda si è mantenuta abbastanza stabile nei principali mercati, mentre aumentano l'ampiezza di banda proposta e la gamma dei servizi offerti. Se i paesi dell'Area Asia/Pacifico offrono i prezzi più convenienti al mondo, soprattutto considerando la banda offerta (in particolare in Giappone), anche gli operatori europei propongono tariffe molto competitive.

In questo contesto di forte pressione concorrenziale, il significativo incremento della base abbonati non si traduce in un altrettanto rilevante aumento dei ricavi, che si mantengono complessivamente ad un livello piuttosto contenuto di crescita. La larga banda tende infatti a determinare un effetto spiazzamento sui ricavi derivanti dai tradizionali servizi vocali su rete fissa, difficilmente recuperabile attraverso la vendita di nuovi servizi integrati.

Ed infatti, nell'ultimo anno anche la base abbonati VoIP (*Voice over IP*) ha registrato un incremento consistente, raggiungendo nei paesi industrializzati il tetto di 50 milioni. In media, si stima che circa il 20% degli abbonati ai servizi a larga banda utilizza la telefonia su Protocollo Internet (nel 2005 era il 12%).

Se il VoIP deve la sua rapida diffusione alla possibilità di risparmiare sui costi dei servizi vocali, si è gradualmente diffusa la consapevolezza del potenziale addizionale di questa tecnologia che permette innovazioni significative.

Trasmessa su protocollo IP, la voce può essere infatti facilmente integrata con i flussi dati. Concetti quali "convergenza fisso-mobile" (tra reti) e "comunicazione unificata" (tra servizi fonia e dati) stanno incidendo più marcatamente sui nuovi modelli di *business*. Questo fa sì che possa essere meglio indirizzata la potenziale integrazione della comunicazione voce su IP con altre applicazioni, ad esempio il CRM (*Customer Relationship Management*) ed il SCM (*Supply Chain Management*), al fine di ottimizzare i suddetti processi di attività.

La conferma deriva dal fatto che, tra le aziende, il servizio VoIP sta crescendo in misura significativa non solo nei settori che per primi lo hanno adottato (le telecomunicazioni appunto), ma anche nell'elettronica di consumo, nei prodotti ICT, nel settore alimentare, dove le imprese stanno provvedendo a sostituire i propri sistemi telefonici tradizionali (ISDN o analogico) e ad investire in apparecchiature e servizi digitali di nuova generazione.

Una evoluzione del VoIP, che si è caratterizzata nel c.d. *wireless VoIP*, di recente introdotto sul mercato nella sua combinazione con terminali mobili dotati di interfaccia WI-FI (ed in prospettiva WiMax), consente inoltre all'utente di effettuare chiamate

da rete mobile a tariffe vantaggiose, se non addirittura gratuitamente, all'interno dell'area coperta dal WI-FI.

In linea generale, il servizio VoIP, che in connessione con le reti a larga banda viene denominato VoB (*Voice on Broadband*), può assumere tipicamente quattro configurazioni:

i. *peer to peer* (cd. P2P) VoIP, basato su tecnologia di *file-sharing*: è una soluzione (ne è un esempio Skype) che consente agli utenti di una stessa *community* di chiamarsi usando un indirizzo IP in luogo del numero telefonico;

ii. *pc-to-pc* VoIP: è un servizio che indirizza le chiamate effettuate attraverso un *server* centrale (Yahoo!, Messenger, Google Talk). Questo servizio tende ad evolvere rispetto alla sua originaria formulazione di semplice *instant messaging* e, sebbene le chiamate siano effettuate usando un indirizzo IP, è possibile una qualche forma di interoperabilità tra differenti servizi;

iii. VoIP PSTN in uscita: è un servizio che consente di fare chiamate VoIP verso telefoni fissi; in questo caso il *provider* VoIP paga una tariffa di terminazione all'operatore gestore della rete di terminazione. Se l'utente chiama un altro utente VoIP la chiamata è abitualmente gratuita, negli altri casi (verso telefono fisso o mobile) il prezzo dipenderà dalla terminazione, anche se è normalmente più conveniente rispetto alle tradizionali chiamate vocali;

iv. VoIP PSTN in entrata: consente chiamate in entrata agli utenti VoIP da apparecchi PSTN o terminali mobili cui viene assegnato un regolare numero telefonico. Normalmente la tariffa è definita da un canone mensile.

Le ultime due tipologie sono tipicamente offerte in combinazione con altri servizi.

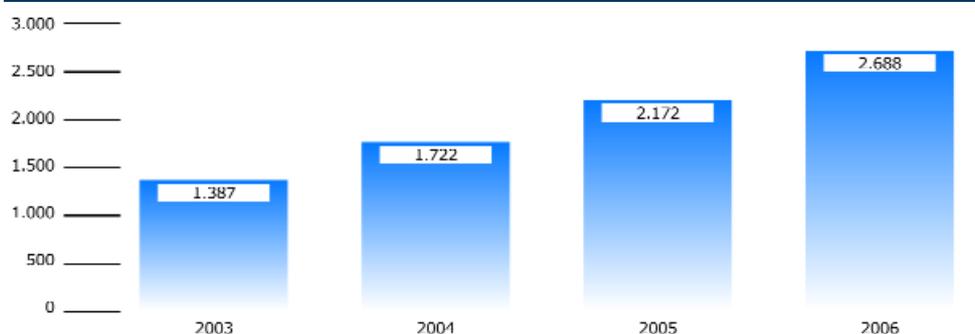
L'altra tipologia di prodotti convergenti, l'integrazione di servizi di telecomunicazione su rete fissa con contenuti audiovisivi (l'IPTV o TV su larga banda), non ha sortito i risultati attesi in termini di vendita, rimanendo a livelli di penetrazione ancora piuttosto marginali. Per una trattazione più completa di tale tipologia di servizi e della sua diffusione presso il pubblico si rimanda alla sezione che tratta il mercato audiovisivo.

### ***Il mercato mondiale dei servizi su rete mobile***

A partire dal 2005, il numero di clienti mobili nel mondo ha superato i 2 miliardi. A fine 2006, considerata la crescita della base abbonati dell'ultimo anno (superiore al 20%), si possono contare circa 2,7 miliardi di clienti mobili nel mondo, di cui circa due terzi nei paesi a crescita particolarmente dinamica (figura 1.5).

Nei paesi industrializzati, il numero di abbonati ha continuato a progredire ad un ritmo sostenuto (10% nel 2005, 8% nel 2006), nonostante un tasso di penetrazione già elevato (86% della popolazione alla fine del 2005). Tuttavia, si incominciano ad intravedere i primi segni di rallentamento in alcuni mercati più maturi (Taiwan, Hong Kong, Singapore, Scandinavia), con una crescita rallentata dei volumi.

La progressione dei servizi mobili è stata particolarmente significativa nei grandi mercati emergenti dell'Asia (Cina, India, Indonesia, Pakistan), dell'America latina (Brasile, Colombia), dell'Europa dell'Est (Russia, Ucraina, Turchia) e dell'Africa (Sudafrica, Algeria, Nigeria).

**Figura 1.5.** Linee mobili nel mondo (in milioni)

Fonte: elaborazione Autorità su dati Global Mobile

Il ribasso delle tariffe che accompagna l'aumento della penetrazione del servizio, e soprattutto lo svilupparsi di una forte pressione concorrenziale, ha come risultato un ribasso degli ARPU (*Average Revenue Per User*) mobili. Nei mercati dei paesi industrializzati, tale indicatore di redditività, che è rimasto stabile nel triennio 2002-2004, ha iniziato ad arretrare a partire dal 2005. Il ribasso dell'ARPU mobile è particolarmente pronunciato in Giappone, dove resta tuttavia fra i più elevati al mondo, soprattutto per il contributo della componente dati. Tuttavia, a questo andamento appaiono contribuire anche fenomeni (quali la diffusione delle seconde e terze linee) che rendono l'indicatore, in particolare nei mercati più maturi, a volte privo del contenuto informativo originale (per una discussione analitica di tale problematica e la definizione di un nuovo indicatore si veda il paragrafo 1.2.1 relativo al mercato italiano). Per reagire alle pressioni concorrenziali ed alla conseguente contrazione della redditività media unitaria, gli operatori mobili si sono indirizzati verso strategie che mirano a sostituire l'apparecchio fisso con quello mobile. Ciò attraverso pacchetti che offrono vantaggiosi volumi di traffico (Hutchinson Whampoa nel Regno Unito), traffico illimitato (Bouygues Telecom), ovvero *bundle* di servizi integrati fisso-mobile (in qualità di FVNO, *Fixed Virtual Network Operator*; è questa la strategia di Vodafone in molti mercati europei).

Inoltre, gli operatori ampliano la gamma dei servizi offerti, con servizi convergenti di comunicazione e d'intrattenimento, in modo da differenziare le fonti di reddito (voce, dati, contenuti audio-video, pubblicità).

Se i gestori mobili sono entrati nel mercato fisso attraverso offerte integrate, anche gli operatori di rete fissa hanno fatto il loro ingresso nell'offerta di servizi in mobilità. Ciò è avvenuto anche grazie all'avvento degli MVNO (*Mobile Virtual Network Operator*; operatori mobili virtuali), ossia operatori che non possiedono direttamente le frequenze radiomobili e quindi fruiscono della rete radio di un altro operatore.

Apparsi nel 1998 con Virgin Mobile nel Regno Unito, gli MVNO si sono oramai affermati in Europa ed in America settentrionale, con quasi 30 milioni di clienti nel 2006, mentre stentano a decollare in Asia. I mercati più sviluppati sono quelli dell'Europa del Nord (Scandinavia, Germania, Belgio), dove gli MVNO hanno acquisito posizioni di rilievo, soprattutto grazie ad approcci *low-cost*, che spingono le tariffe finali verso il basso.

Gli MVNO hanno anche origini esterne all'industria delle telecomunicazioni: *mass media*, grande distribuzione, banche, informatica, *public utilities*, ed, in alcuni casi, nuovi operatori indipendenti.

Il modello di *business* si basa su un equilibrio delicato per via della forte dipendenza del MVNO rispetto al fornitore all'ingrosso (ossia l'operatore infrastrutturato), in un contesto in cui il ruolo della infrastruttura o dei terminali resta spesso preponderante. E' quindi necessaria un'attenta attività di vigilanza affinché le offerte all'ingrosso non siano tali da rendere di fatto inefficace la pressione degli operatori virtuali nei confronti di quelli infrastrutturati.

In definitiva, l'ingresso degli MVNO si iscrive in una logica di un mercato sviluppato, nel quale la crescita ulteriore richiede di rispondere in modo più efficiente alle necessità di ogni singolo segmento di mercato, tanto in termini di offerta di servizi, quanto nelle modalità di distribuzione degli stessi. In sostanza, l'ingresso di tale tipologia di operatori avviene soprattutto nelle fasi più mature del ciclo di vita del mercato mobile, in cui la concorrenza si sposta sempre più sulla segmentazione del mercato e sulla competizione di prezzo.

### ***Il mercato mondiale di internet***

Un capitolo a parte merita il mercato dell'accesso e dei servizi legati al mondo internet. L'esordio dei siti *web* con *standard* 2.0 si è accompagnato ad uno sviluppo molto significativo degli investimenti pubblicitari su internet, che nel 2006 hanno raggiunto il 6% del totale degli investimenti pubblicitari nel mondo, con una crescita annuale del 25%. Questa tendenza è destinata a continuare per almeno tre ragioni:

- i. la crescita continua degli abbonati alla larga banda, che alimenta il numero di contatti dei siti e quindi anche dei *banner* e *link* pubblicitari;
- ii. il conseguente recupero del valore delle inserzioni pubblicitarie su internet rispetto a quelle televisive;
- iii. il rapido sviluppo della comunicazione pubblicitaria, grazie alle nuove caratteristiche tecniche dei siti *web* di nuova generazione (2.0).

L'interattività, la segmentazione (per target socio-economico e geografico), l'identificazione e la tracciabilità dei comportamenti, il marketing delle "*net community*", sono tutti elementi che favoriscono la redditività degli investimenti pubblicitari su internet.

L'evoluzione del modello di *business* su internet è accompagnato da molteplici elementi. Da un lato, i fornitori di servizi internet hanno avviato negoziazioni con case discografiche e con i grandi studi cinematografici per la distribuzione di contenuti audio-video attraverso un modello di *revenue-sharing*.

Dall'altro lato, la struttura aziendale delle imprese internet sta mutando, evolvendo verso modalità più complesse ed integrate. Da questo punto di vista, la recente acquisizione di YouTube da parte di Google segna un punto di svolta nella dinamica di mercato, a cui stanno seguendo le strategie degli altri *player* internazionali (Microsoft, Newscorp).

Grazie ai crescenti introiti garantiti dalla pubblicità, Google, che rappresenta il primo motore di ricerca al mondo, è stato il primo portale a beneficiare di questa crescita. Il suo fatturato, composto al 90% da redditi pubblicitari, è passato dagli 8,1 miliardi di euro del 2005 ai 14,2 miliardi di euro dello scorso anno, mentre la redditività è raddoppiata, per raggiungere i 4 miliardi di euro.

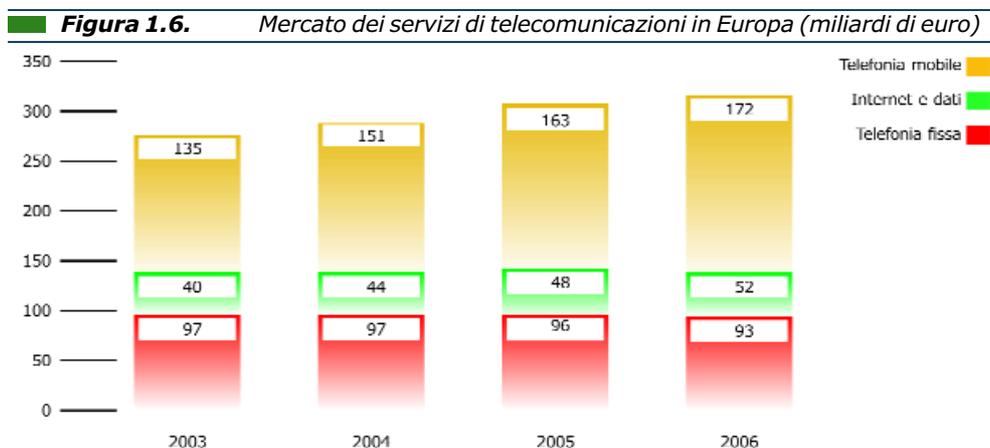
In questo quadro, non è affatto scontato verso quale forme di investimento intendano indirizzarsi le *internet company*, e quindi verso quale forma di concorrenza evolve il settore.

È meno probabile che le società di servizi internet abbiano l'intenzione di occuparsi di attività in concorrenza con gli operatori di rete. Se è inconfutabile che le applicazioni di telefonia dei grandi portali generino contatti e fidelizzino gli utenti, si registrano però attese di redditività meno accentuate rispetto a quelle potenzialmente derivanti dai servizi internet. E' questo il caso di Skype che sembrerebbe mostrare, in base ai risultati di questi ultimi mesi, probabilità di successo maggiori nella sua funzione di strumento di comunicazione vocale tra gli utenti di e-Bay che come servizio universale di VoIP.

### **Il mercato delle telecomunicazioni europeo**

In Europa, la pressione concorrenziale e gli alti livelli di penetrazione dei servizi di telecomunicazione fissa si sono tradotti in un rallentamento netto della crescita in valore a cominciare dal 2002. Ciononostante, il settore rappresenta complessivamente uno straordinario motore di sviluppo economico e sociale per la crescita dei nuovi servizi, per il suo peso sul sistema economico, per le esternalità sulla intera economia dei paesi del nostro continente.

Dalla figura 1.6 emerge la diminuzione dei ricavi derivanti dai servizi vocali di telecomunicazione fissa (-2,6% nell'ultimo anno), la crescita dell'accesso ad internet (+8,6%) e la continua espansione delle telecomunicazioni mobili (+5,8%).



Fonte: elaborazione Autorità su dati Idate

Esiste nel settore delle telecomunicazioni una profonda differenza di organizzazione della struttura di mercato tra le due sponde dell'Atlantico. Negli Stati Uniti, a seguito della fusione delle società di telecomunicazione nord-americane At&t e BellSouth, la quota principale dei mercati fissi e mobili è detenuta essenzialmente da due società, Verizon ed AT&T, e in misura inferiore da Sprint, T-Mobile e Qwest.

Questa significativa concentrazione di mercato è tuttavia accompagnata dal crescente ruolo svolto dagli operatori via cavo, che rappresentano una seria minaccia, effettiva e potenziale, rispetto agli *incumbents*.

In Europa, ad eccezione dell'acquisizione di O2 da parte di Telefonica (per 26,1 miliardi di euro), lo scorso anno è stato segnato da logiche di consolidamento dei mercati nazionali più che dal rafforzamento di ambizioni pan-europee.

Una maggiore integrazione dei mercati nazionali condurrebbe ad un più accentuato sfruttamento delle economie di scala derivante da una più ampia dimensione del mercato, potenzialmente equivalente, se non superiore, a quella statunitense.

Di qui il rallentamento del ritmo di crescita del settore in Europa, in parte mascherato dal processo di integrazione dei nuovi paesi membri: la crescita è infatti pari al 2,3% per i 25 paesi dell'Unione europea, ma è significativamente inferiore al 2% per l'Europa a 15.

L'anno 2006 è stato dunque caratterizzato da fenomeni di consolidamento da parte di aziende del settore e dal proseguimento delle strategie di convergenza fisso-mobile.

Se per perseguire tale strategia gli operatori integrati possono logicamente sostenersi sulle loro divisioni mobili, gli altri operatori fissi hanno concluso accordi di MVNO o di *co-branding* (Vodafone-Fastweb, Upc-One).

Quanto agli operatori integrati, diverse sono le tecnologie scelte per sviluppare servizi integrati fisso-mobile. Alcuni, come France Télécom e Deutsche Telekom si sono orientati infatti su tecnologie UMA (*Unlicensed Mobile Access*), altri invece hanno deciso di affidarsi al protocollo SIP (*Session Initiation Protocol*) che, combinato con l'IMS (*IP Multimedia Subsystem*), consente una maggiore versatilità negli accessi.

La convergenza in Europa si è concretizzata principalmente in tre filoni:

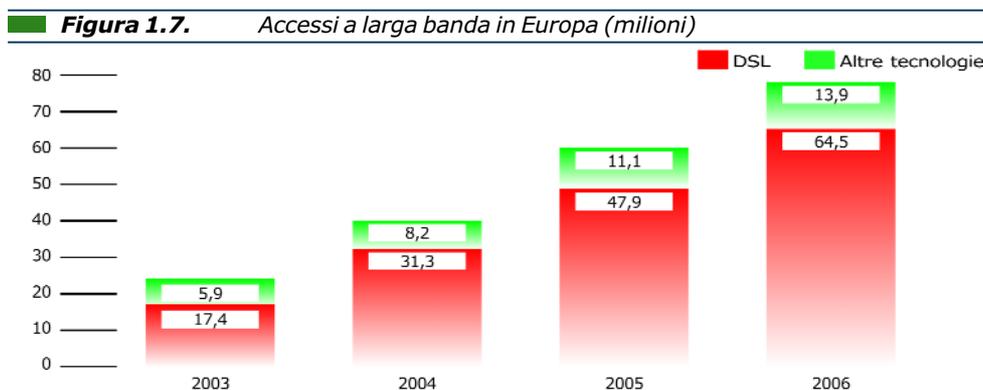
- la diffusione della commercializzazione di offerte che integrano terminali mobili, forniti di un'interfaccia Wi-Fi (*Wireless Fidelity*) per collegarsi ove necessario, all'ADSL e ai servizi VoIP;
- la convergenza tra banda larga fissa mobile proposta ad esempio dalla filiale britannica di Hutchison Whampoa ("3"), attraverso il lancio di offerte X-Series, che prevedono l'applicazione di tariffe *flat* e di accordi con i principali *player* del mondo Internet (Google, Yahoo! Skype);
- l'offerta di contenuti audio-video su telefonia fissa e mobile per promuovere servizi integrati.

### **Europa, i servizi su rete fissa**

Il mercato europeo dei servizi su rete fissa ha raggiunto un valore pari a 145 miliardi di euro con un incremento dell'1,1% nell'ultimo anno, derivante, come sopra accennato, dalla contrazione dei servizi voce e dal contestuale incremento dei servizi dati.

I ricavi provenienti dai tradizionali servizi voce mostrano, in quasi tutti i Paesi europei ed al pari delle altre aree geografiche industrializzate, una tendenziale contrazione, che è oramai di tipo strutturale, considerato che dura da cinque anni. Ciò in parte per la tendenza, più volte citata, di parziale sostituzione della linea fissa con quella mobile (soprattutto nel caso di seconde e terze case), ed in parte per la migrazione dai servizi in *dial-up* a quelli *broadband*, che supportano le applicazioni VoIP (e VoB).

Nella rete fissa, dunque, la larga banda resta il più importante fattore di dinamicità del mercato: con oltre 78 milioni di abbonati a fine 2006 (figura 1.7), il segmento presenta ancora ampi margini di crescita.



Fonte: elaborazione Autorità su dati Cocom

Con una penetrazione vicina al 30%, i Paesi Bassi e la Danimarca guidano il continente europeo. Al di fuori dell'Europa del Nord, il tasso di adozione dei servizi *broadband* varia invece tra il 10 ed il 20%.

In Europa, l'xDSL è la tecnologia d'accesso principale in tutti i Paesi, tra cui in particolare Francia e soprattutto Italia, dove la concorrenza, in mancanza di infrastrutture alternative, si svolge principalmente attraverso l'uso disaggregato delle reti in rame degli *incumbent*.

In questo contesto, l'ULL (*Unbundling del Local Loop*) è diventato il principale strumento per sviluppare in modo competitivo l'evoluzione del mercato, anche se la sua diffusione è molto variabile da Paese a Paese, con Germania ed Italia a guidare il gruppo di nazioni che fanno maggiormente ricorso all'accesso disaggregato alla rete locale degli ex monopolisti.

Grazie agli investimenti per il miglioramento delle infrastrutture di rete sia nel segmento di trasporto che in quello dell'accesso (VDSL, FTTx e WiMax), gli operatori sono più propensi ad offrire pacchetti di servizi integrati che comprendono la televisione su protocollo internet (IP TV).

Tuttavia, l'IP TV si trova a dover competere in un mercato già ampiamente sviluppato, attraverso gli esistenti mezzi trasmissivi digitali (satellite, cavo e digitale terrestre), e per questo sta incontrando alcune difficoltà nella diffusione del servizio.

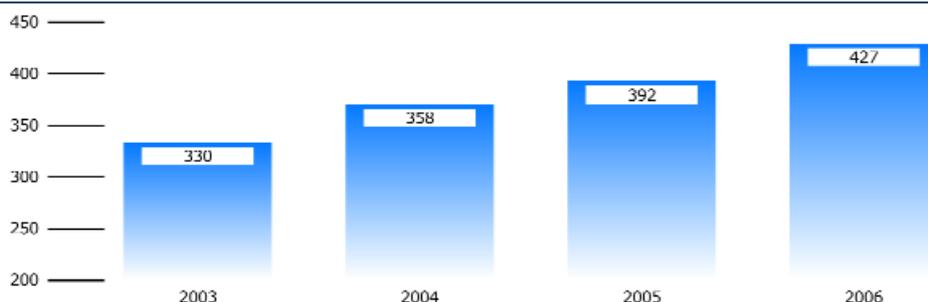
Da un'analisi svolta dalla Cullen International nel 2006, nell'area europea, Francia e Svezia presentano l'offerta più variegata di servizi di IPTV, con ben quattro operatori per ciascun paese (France Télécom, Neuf Télécom, Free e Telecom Italia in Francia, e Telenor, Viasat, TeliaSonera, SkyCom in Svezia).

Germania, Italia, Spagna e Olanda seguono con due offerte di IPTV in competizione, mentre nel Regno Unito l'offerta si riduce ad un solo servizio proposto, "Homechoice" (di Tiscali), in attesa del previsto lancio dell'offerta di BT.

### Europa, i servizi su rete mobile

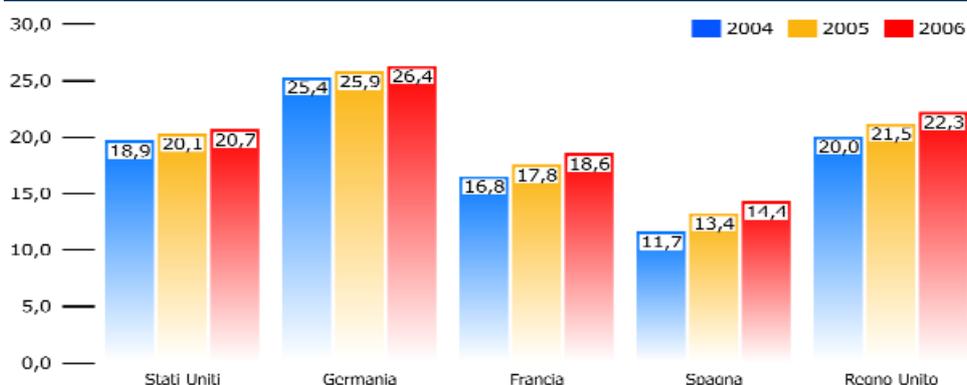
Per quanto concerne la penetrazione del servizio, anche includendo i Paesi dell'est, la telefonia mobile è oramai prossima al livello di saturazione, con un tasso di adozione che supera il 100%. Ciononostante, nell'ultimo anno la crescita, sia in volume (figura 1.8) che in valore (figura 1.9), è ancora consistente (+9% delle linee mobili attive), avendo il numero di linee largamente superato la soglia dei 400 milioni.

**Figura 1.8.** Linee mobili in Europa (milioni)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Global Mobile

**Figura 1.9.** Telefonia mobile nei principali paesi europei (miliardi di euro)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

Comparando i ricavi da servizio mobile sul totale dei ricavi nel settore delle telecomunicazioni, è l'Italia il paese dove questo ambito di attività è maggiormente sviluppato: esso supera la soglia del 60%<sup>2</sup>, laddove il risultato appare ancor più significativo se comparato non solo con altri Paesi europei quali Germania e Svezia, ma anche con paesi come il Giappone, dove tale rapporto non supera comunque il 50%.

<sup>2</sup> I valori relativi al mercato italiano non sono confrontabili con quelli esposti nel successivo capitolo 1.2.1, in quanto fanno riferimento a diverse metodologie di calcolo. Più in particolare, i dati forniti da Idate (che per il 2006 sono rappresentati da stime e non da consuntivi) comprendono anche i ricavi da servizi intermedi forniti ad altri operatori.

Prosegue anche per il 2006 la contrazione dei ricavi medi per utente (ARPU), ma tale andamento è anche dovuto alla crescita delle seconde e terze linee (cfr. infra). In ogni caso, in Europa la maggiore pressione sui ricavi è stata generata dalla riduzione, per via regolamentare, delle tariffe all'ingrosso di terminazione delle chiamate su rete mobile (fisso-mobile e mobile-mobile).

Inoltre, lo sviluppo della concorrenza, sia infrastrutturata sia legata all'ingresso e all'affermazione degli MVNO, ha contribuito ad aumentare la competizione, producendo impatti significativi in termini di riduzione dei prezzi finali.

Quanto alle innovazioni, l'Europa, e l'Italia in particolare, ha acquisito posizioni avanzate, seconde solo a Corea e Giappone, nei servizi mobili di terza generazione (standard EDGE -*Enhanced Data Rates for GSM Evolution*-, UMTS -*Universal Mobile Telecommunication System*- ed ora anche HSDPA -*High Speed Downlink Packet Access*). Tuttavia, la migrazione verso tali servizi risulta, al momento, relativamente difficoltosa (a metà 2006 gli abbonati mobili in possesso di un terminale 3G raggiungevano il 9%), ma soprattutto stenta a tradursi in crescita del fatturato per gli operatori.

### **Europa, l'esperienza degli MVNO**

Dall'analisi del panorama europeo emerge in generale la presenza di accordi tra operatori di rete mobile e operatori di rete fissa, che consentono a questi ultimi di competere in qualità di *Mobile Virtual Network Operator* (MVNO) o di *Enhanced Service Provider* (ESP), anche nel campo delle offerte integrate fisso-mobile.

Si osserva che il grado di sviluppo degli MVNO varia in maniera significativa fra i paesi europei, con una presenza importante solo in alcuni di essi (Germania, Regno Unito, Francia, Belgio e Danimarca). A livello europeo, i paesi possono essere raggruppati in tre classi, sulla base di analoghe condizioni di sviluppo degli MVNO.

Nei paesi del Nord Europa, gli MVNO, che hanno fatto la loro comparsa già nel 1997, grazie anche all'intervento delle Autorità di regolamentazione che hanno favorito gli accordi tra operatori, stanno consolidando la propria presenza sul mercato dei servizi mobili, avendo raggiunto quote di mercato di tutto rilievo (ad esempio, in Danimarca MVNO ed ESP si stima abbiano superato il 20% a fine 2006).

Un secondo gruppo, costituito da Regno Unito, Olanda, Belgio e Germania, dove invece non c'è stato un intervento diretto di regolazione, ma il mercato si è aperto spontaneamente agli MVNO, vede ad oggi una significativa presenza di figure quali MVNO ed ESP. A questo gruppo appartiene anche la Francia, dove recentemente vi è stata l'entrata di nuovi attori in qualità di MVNO, a seguito dei provvedimenti presi da ARCEP nell'ambito delle analisi sui mercati *wholesale* di rete mobile.

Infine, nell'ultimo gruppo, costituito da paesi dell'Europa mediterranea (Spagna, Portogallo, Grecia e Italia), lo sviluppo degli operatori mobili virtuali, in assenza di obblighi specifici, è ancora limitato<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> In Spagna sono state recentemente concesse alcune licenze di MVNO; tuttavia nessun operatore ha ancora avviato la commercializzazione del servizio. Per quanto riguarda la situazione italiana, come riportato nel precedente paragrafo, si rileva che la situazione potrebbe evolvere data l'intenzione manifestata da alcuni operatori di negoziare accordi di accesso alla rete mobile.

Dal 2003 al 2005, il numero degli utenti che ha aderito alle offerte degli operatori MVNO o ESP è cresciuto in Europa del 60%, e si può stimare abbiano raggiunto i 34 milioni di utenti a fine 2006.

Si osserva che il maggiore sviluppo dei MVNO ed ESP si è avuto soprattutto in quei paesi dove il sistema regolamentare ha favorito e favorisce gli accordi, anche attraverso interventi sulle condizioni economiche praticate per i servizi *wholesale* di rete mobile, fra operatori dominanti proprietari dell'infrastruttura e delle frequenze ed operatori mobili virtuali nuovi entranti. Tuttavia, è opportuno notare come, nei vari paesi europei, le condizioni per l'entrata sul mercato delle comunicazioni mobili per gli MVNO/ESP siano state contrassegnate da scelte regolamentari piuttosto differenti e da altrettanto diverse risposte del mercato.

### ***Europa, il quadro regolamentare delle telecomunicazioni***

Il confronto delle visioni sui contorni futuri delle infrastrutture di rete delle telecomunicazioni ha costituito il tessuto di fondo dei dibattiti sulla "Revisione" del quadro regolamentare comunitario delle telecomunicazioni avviata dalla Commissione europea. La procedura di revisione, che non è terminata, ha avuto, tra l'altro, il grande pregio di stimolare il dibattito regolamentare su una serie di elementi che nascono dall'evoluzione tecnologica e di mercato in atto nel settore.

Un primo aspetto è legato alla necessità di una sempre maggiore omogeneità nell'applicazione dell'attuale *framework* regolamentare europeo, ossia di una effettiva armonizzazione nelle modalità di attuazione della regolamentazione comunitaria nei vari ambiti nazionali.

Da un punto di vista dinamico, emerge una seconda considerazione legata alla possibilità di de-regolamentazione di quei mercati che sono oramai caratterizzati da un soddisfacente livello di concorrenza. Su questa linea, la direzione intrapresa dalla Commissione europea è quella dell'alleggerimento della regolazione *ex-ante* di alcuni mercati del settore delle comunicazioni elettroniche, in particolare di quelli al dettaglio (cd. mercati 1-7).

Un terzo aspetto riguarda l'analisi degli strumenti regolamentari a disposizione delle Autorità nazionali. In ambito europeo, si sta valutando l'opportunità di rafforzare tali poteri, nel senso della specifica previsione di un rimedio di separazione funzionale delle reti fisse di accesso detenute dagli operatori verticalmente integrati dotati di significativo potere di mercato (gli *incumbent* nel fisso).

È, questo, l'approccio già utilizzato nel caso britannico, dove l'Ofcom, il Regolatore del settore, in virtù dei poteri *antitrust* ad essa assegnati, ha indotto la separazione delle reti di accesso di BT, con la nascita di una *business unit* separata dal resto del gruppo, denominata "OpenReach".

L'Autorità, come sarà illustrato più avanti, ha inteso valutare attentamente tale possibilità nel caso italiano, avviando un'apposita consultazione pubblica in tema di separazione funzionale della rete di accesso di Telecom Italia e di reti di nuova generazione (NGN).

Ed infatti il tema delle NGN ha acceso il dibattito regolamentare in Europa. Al riguardo, si evidenzia che la Commissione europea ha avviato una procedura di infrazione nei confronti della Germania, dopo l'adozione da parte di quest'ultima di una

legge, alla fine del 2006, in materia di infrastrutture di nuova generazione. Il testo garantirebbe alle nuove reti (in fibra ed ibride fibra-rame) di Deutsche Telekom un'esenzione temporanea dagli obblighi regolamentari d'accesso che l'operatore storico deve offrire ai suoi concorrenti.

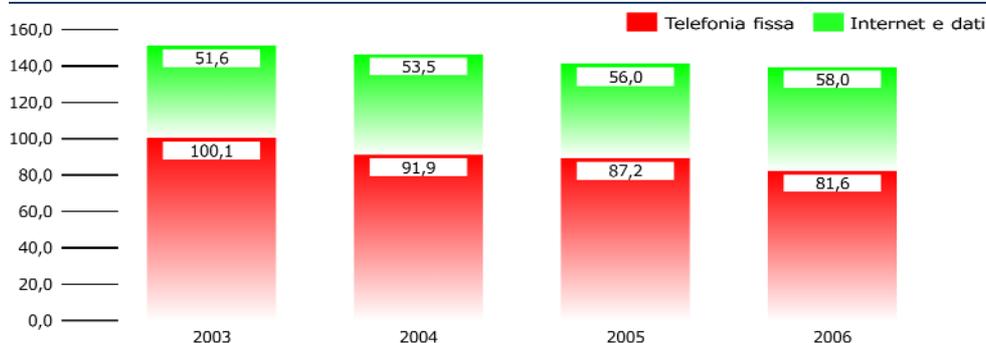
Considerata la circostanza che queste infrastrutture si innervano sulle reti pre-esistenti, e quindi che la *legacy* storica e la caratterizzazione di collo di bottiglia della rete di accesso non scompaiono, ma anzi si rafforzano nel nuovo contesto, a questo caso specifico non appare idoneo applicare il principio della deregolamentazione dei "mercati emergenti" previsto dal pacchetto di direttive del 2002.

In definitiva, la regolamentazione comunitaria sta evolvendo verso un assetto, sempre più armonizzato (anche nella fase di implementazione del comune quadro di riferimento), che si focalizza soprattutto su grandi tematiche concorrenziali di tipo strutturale, i cd. *bottlenecks*, rappresentati ad esempio da reti di accesso e frequenze.

### Stati Uniti, i servizi su rete fissa

Nel corso degli ultimi tre anni, il mercato della telefonia fissa statunitense ha sperimentato, in linea con gli altri mercati sviluppati, un deciso rallentamento (figura 1.10). Accanto alla consistente contrazione dei ricavi nella telefonia fissa (-5% nel 2005 e -6% nel 2006), la contenuta crescita dei servizi dati non è bastata ad impedire una riduzione complessiva dei ricavi nella rete fissa (-2,5% nel 2006).

**Figura 1.10.** Servizi di telecomunicazioni su rete fissa negli Stati Uniti (miliardi di euro)

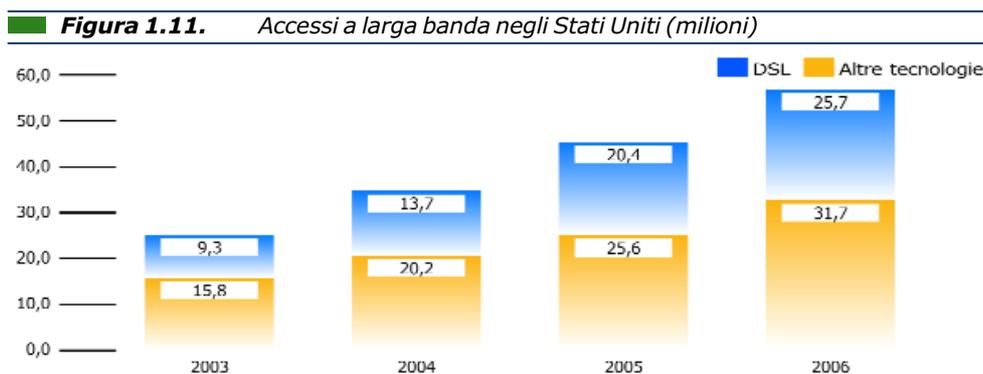


Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

La larga banda ha continuato ad essere oggetto di una competizione serrata tra operatori di telecomunicazioni e operatori via cavo che ha contribuito a produrre una contrazione nei ritmi di crescita dei ricavi.

Le ragioni del continuo sviluppo della larga banda, che nel 2006 ha raggiunto 57 milioni di accessi registrando un incremento del 25% rispetto al 2005 (figura 1.11), sono attribuibili principalmente alla migrazione degli utenti dalla modalità *dial-up* a tipologie di connettività *broadband*, e solo in parte minore a consumatori che sottoscrivono l'accesso ad internet per la prima volta.

Il periodo delle operazioni di acquisizione e fusione (*M&A, Merger & Acquisition*), che ha interessato il settore sin dal 2004, sta alterando la struttura dei mercati nazionali. Negli Stati Uniti le recenti mega-fusioni hanno condotto ad una quasi-ricomposizione della "vecchia" AT&T (con il *break-up* avvenuto nel 1984) attorno a due operatori: la "nuova AT&T" (ex SBC) e Verizon, con Qwest in posizione marginale.



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Point Topic

Così, la recente operazione di fusione tra AT&T e BellSouth si iscrive chiaramente in questo contesto di consolidamento del mercato. L'operazione, valutata 85 miliardi di dollari (circa 64 miliardi di euro), è la più importante dell'anno nel settore delle telecomunicazioni e permette ad AT&T di fondersi con l'ultima delle Baby Bells rimasta indipendente. La nuova società possiede quasi 70 milioni di linee e più di 11 milioni di accessi a larga banda in ventidue degli stati più popolati. Gli Stati Uniti si distinguono dagli altri mercati per una capillare copertura delle reti cablate e la presenza di operatori cavo di grandi dimensioni (Comcast, TWC), che possono produrre una forte concorrenza perché dotati di infrastrutture di accesso alternative ai due maggiori operatori di telecomunicazioni.

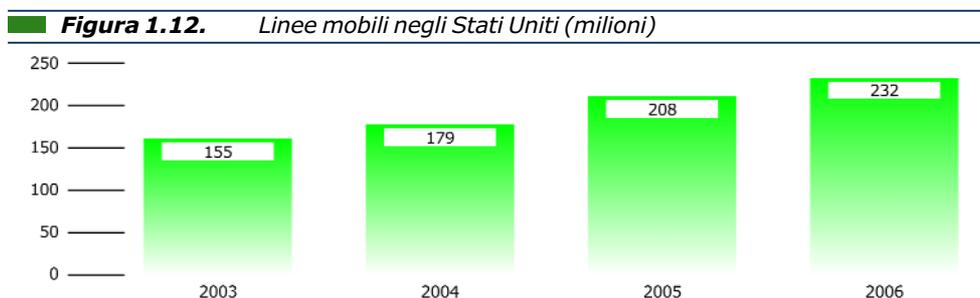
Questa concorrenza infrastrutturale ha quindi stimolato AT&T e Verizon ad investire risorse significative nelle nuove reti (in fibra ottica o miste fibra-rame).

### Stati Uniti, i servizi su rete mobile

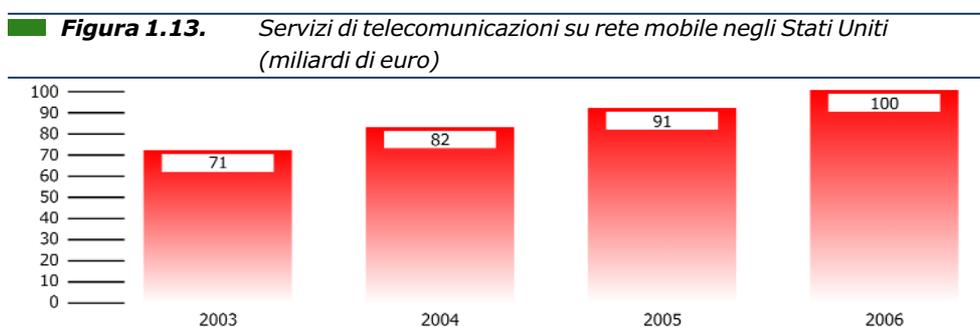
Il 2006 ha fatto registrare importanti risultati sul fronte del mercato mobile statunitense, sia in termini di abbonati (figura 1.12) che di ricavi (figura 1.13), che hanno raggiunto un valore di 100 miliardi di euro con una crescita di poco inferiore al 10%.

Mentre ovunque nel mondo si registra una contrazione del ricavo medio per utente, più pronunciato nei paesi asiatici industrializzati, la situazione è sensibilmente diversa negli Stati Uniti, nella misura in cui il mercato mobile si è sviluppato con ritardo rispetto al Giappone ed all'Europa. L'aumento del fatturato dati ha permesso di compensare la riduzione del fatturato derivante dai servizi voce e quindi di incrementare l'ARPU medio.

Negli Stati Uniti, la diffusione dei servizi 3G comincia a decollare anche a seguito degli investimenti realizzati in particolare da Cingular Wireless e Verizon Wireless.



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Global Mobile



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

Il suo sviluppo dovrebbe essere facilitato dall'attribuzione di nuove frequenze avvenuto nell'autunno 2006 (in particolare assegnate a T-Mobile).

### Asia/Pacifico, i servizi su rete fissa

Il mercato dei servizi di telecomunicazione su rete fissa (inclusi internet e servizi dati) nell'area asiatica resta sostanzialmente invariato, anche con riguardo ai principali paesi asiatici (figura 1.14) dove, accanto ad una lieve contrazione del mercato giapponese, Cina e India segnano un contenuto progresso.

Particolarmente rilevante è la crescita delle connessioni a larga banda in Cina, dove nel 2006 si registrano più di 15 milioni attivazioni (figura 1.15), ma risulta sostenuta anche in India dove le connessioni sono quasi quadruplicate in un anno. Tanto in Cina quanto in India, una parte dello sviluppo deriva dall'aumento dei servizi *wireless* con mobilità limitata (di tipo DECT o PHS).

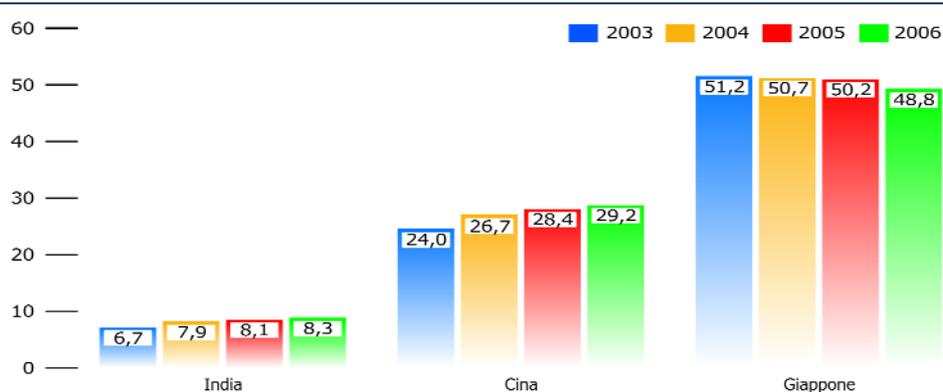
A dispetto della debole *performance* del mercato, il Giappone mantiene una solida *leadership* a livello mondiale nei servizi innovativi, in particolare nella larghissima banda dove il *roll-out* delle reti FTTX da parte di NTT, operatore storico, ha raggiunto più di 7 milioni di connessioni.

Nel servizio su rete fissa, NTT inizia leggermente ad arretrare (con una quota di mercato passata quasi dal 100% di fine 2003 al 94% di fine 2005); ciò grazie soprat-

tutto all'introduzione dell'ULL a tariffe competitive ed alla possibilità di disaggregare la fibra spenta per il collegamento dei distributori.

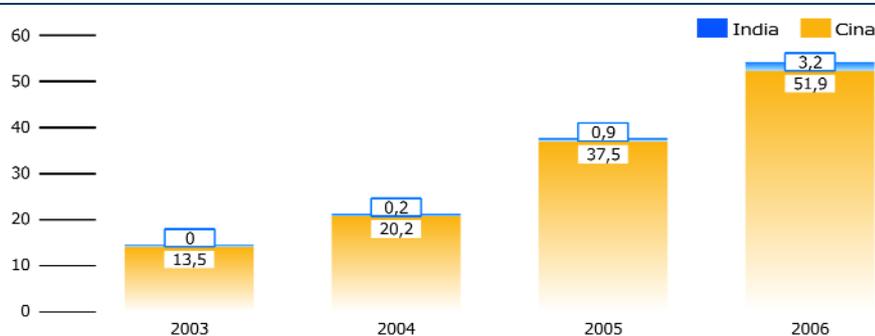
Inoltre, con 14 milioni di abbonati VoIP (a giugno 2006), valore corrispondente ai due terzi degli abbonati giapponesi ai servizi *broadband*, il Giappone è in testa a livello mondiale sia per dimensione del mercato sia per diffusione della telefonia su protocollo internet.

**Figura 1.14.** Servizi di telecomunicazioni su rete fissa in Cina, India e Giappone (miliardi di euro)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

**Figura 1.15.** Accessi a larga banda in India e Cina (milioni)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

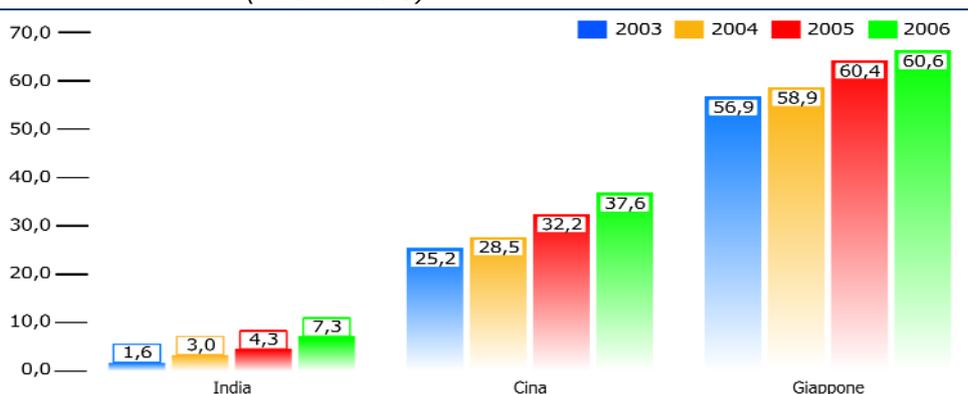
Il fenomeno si spiega con la forte penetrazione della larga banda e le tariffe relativamente elevate della telefonia commutata.

In Corea del Sud, dove la tecnologia via cavo è *leader* del mercato, l'avanzamento delle reti FTTx è ancora più netto che in Giappone, ed il numero di collegamenti DSL è in ribasso a partire dall'inizio del 2005.

**Asia/Pacifico, i servizi su rete mobile**

Con riferimento alla telefonia mobile nell'area Asia-Pacifico, nel 2006 il mercato rappresentato dai principali paesi ha superato i 106 miliardi di euro (figura 1.16), superando il corrispondente valore dei ricavi da servizi su rete fissa.

**Figura 1.16.** Servizi di telecomunicazioni su rete mobile in Cina, India e Giappone (miliardi di euro)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

**Figura 1.17.** Linee mobili in India, Cina e Giappone (milioni)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Global Mobile

Quanto ai paesi emergenti, sono Cina e India a svolgere un ruolo trainante. La Cina, che rappresenta oltre un quarto del mercato mondiale, continua a svilupparsi ad un ritmo assai rapido: nel 2006, circa 70 milioni di nuovi clienti mobili sono venuti ad ampliare la *customer base*, arrivando a fine anno a quasi 450 milioni di linee, mentre l'India ha registrato il sorpasso nei confronti del Giappone (figura 1.17).

Con 54 milioni di abbonati ai servizi 3G (giugno 2006), di cui ben 29 milioni in Giappone e 11 milioni in Corea del Sud, l'Asia/Pacifico concentra la metà degli abbonati ai

servizi di terza generazione nel mondo. In Giappone, più del 40% degli abbonati mobili dispone di un terminale di ultima generazione.

Geograficamente, accanto al mercato delle zone rurali dove il tasso di penetrazione dei servizi mobili è generalmente inferiore al 10%, è nei grandi agglomerati urbani che si concentra la maggior parte dell'utenza (con un tasso di penetrazione che arriva a raggiungere il 90%).

Sul tema della differenziazione delle offerte, China Mobile contabilizza già più del 20% dei suoi redditi al di fuori dei servizi vocali, grazie agli SMS ed ai contenuti audio-video. Si stima che per l'anno 2006 il fatturato da servizi a valore aggiunto forniti da tutti gli operatori mobili abbia superato gli 11 miliardi di euro. Tuttavia, non sono stati ancora avviati i servizi di terza generazione.

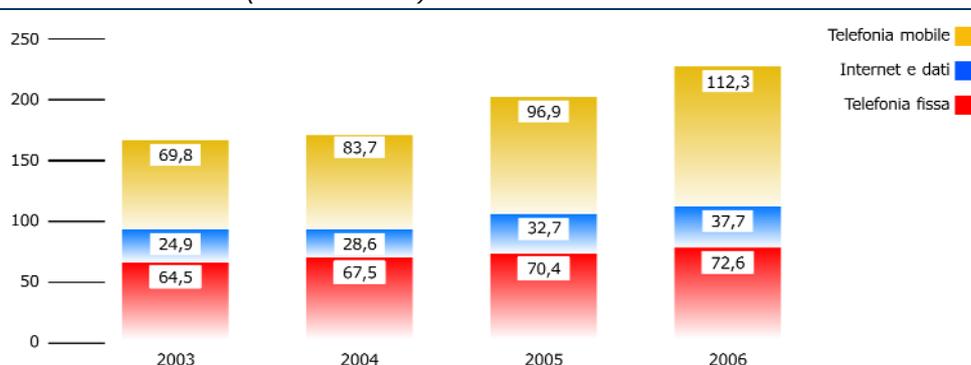
È il mercato indiano a segnare la *performance* più elevata: quasi 60 milioni di nuovi clienti mobili nell'ultimo anno, con un incremento del 77% rispetto al 2005. Questa crescita ha permesso al mercato indiano di avvicinarsi ai 150 milioni di utenti mobili. Quanto basta per attirare l'interesse dei grandi operatori occidentali alla ricerca di nuove opportunità di crescita.

L'anno 2006 si è infatti concluso con l'offerta di circa 8,5 miliardi di euro di Vodafone per il 67% del quarto operatore indiano, Hutchison Essar, controllato da Hutchison Whampoa. Quest'operazione, che segue alla vendita, sempre nel 2006, delle partecipazioni minoritarie detenute da Vodafone in mercati maturi (Belgio, Giappone e Svizzera), permetterà a Vodafone di ricavare, nei prossimi cinque anni, un terzo dei propri profitti dai mercati emergenti.

### **Resto del mondo, i servizi su rete fissa e mobile**

Negli altri paesi non considerati precedentemente in dettaglio, i servizi di telecomunicazioni hanno complessivamente superato i 220 miliardi di euro, con una crescita superiore all'11% (figura 1.18). Tanto per il segmento affari quanto per quello residenziale risultano in crescita i servizi IP, ma la loro diffusione resta, al momento, ostacolata sia dallo scarso livello di copertura delle infrastrutture di rete, sia dalla insoddisfacente risposta della domanda.

**Figura 1.18.** Mercato dei servizi di telecomunicazioni nel resto del mondo (miliardi di euro)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

Numerosi governi mantengono ancora misure restrittive nell'utilizzo della telefonia su IP per proteggere il monopolio dell'operatore pubblico nella rete commutata. Altri paesi, come il Sudafrica ed il Kenia, hanno invece scelto la strada dell'avvio dei nuovi servizi VoIP.

La larga banda progredisce anche in questi paesi, seppure la penetrazione media resti del tutto marginale (meno del 2% della popolazione), con grandi differenze a seconda delle diverse realtà socio-economiche.

Analogamente, in questi paesi, il lancio dei servizi mobili di terza generazione non è ancora avvenuto, e quando è stato realizzato, come in Sudafrica e Marocco, non ha ancora prodotto i risultati sperati.

La differenziazione geografica dei mercati è peraltro una caratteristica fondamentale dei paesi in via di sviluppo. Ad esempio, nell'area che comprende l'Africa ed il Medio Oriente, si può procedere alla segmentazione nelle seguenti zone:

- i. alcuni paesi economicamente sviluppati (Sudafrica, Israele), dove le infrastrutture di telecomunicazioni sono simili a quelle dei paesi occidentali;
- ii. i paesi dell'Africa settentrionale (Marocco ed Egitto in particolare), che hanno avviato riforme da oltre dieci anni ed i cui mercati sono relativamente aperti e sviluppati;
- iii. i paesi del golfo arabo, la cui ricchezza ha permesso di sviluppare una fitta rete di infrastrutture trasmissive sia fisse che mobili;
- iv. i paesi africani sub-sahariani, che presentano livelli infrastrutturali ancora assai marginali.

Si osserva infine, in relazione ai mercati più sviluppati, la tendenza al movimento di consolidamento e di espansione internazionale già descritta con riferimento ai paesi maggiormente industrializzati. In particolare, l'America latina è stata oggetto di investimenti da parte degli operatori europei: più dei due terzi degli abbonati mobili sono ora clienti di Telefonica ed America Móvil.

Inoltre, tanto in America Latina con Telefónica ed America Móvil, quanto in Africa, con i gruppi MTN, Vodacom ed Etisalat, emergono grandi operatori pan-regionali.

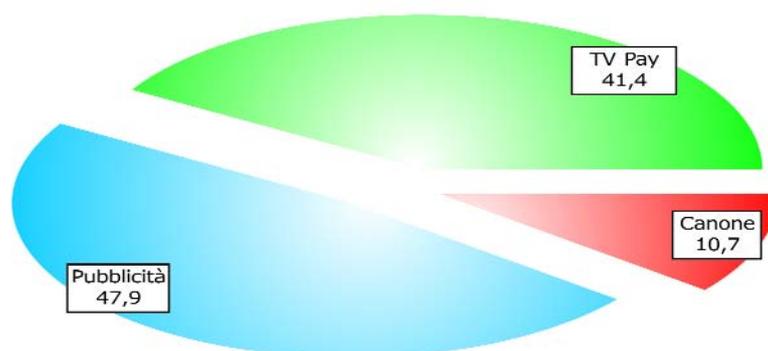
## ■ 1.1.2. L'audiovisivo

### *Il mercato mondiale dei servizi televisivi*

Nel 2006, il mercato mondiale dei servizi televisivi ha raggiunto un valore stimabile in circa 250 miliardi di euro, segnando una crescita del 5,9% rispetto ai livelli raggiunti nel 2005.

Dal lato delle tipologie di risorse (figura 1.19), la pubblicità, con il 48% circa, rimane la maggiore fonte di reddito degli operatori, mentre il canone arretra leggermente (10,7% contro il 10,9% del 2005) e crescono, più della media del settore (7% a fronte del citato 5,9%), i ricavi dai servizi televisivi a pagamento, che sfiorano, nel 2006, un valore di 104 miliardi di euro.

■ **Figura 1.19.** *I servizi televisivi nel mondo per tipologia di risorsa (2006 in %)*



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate, 2007

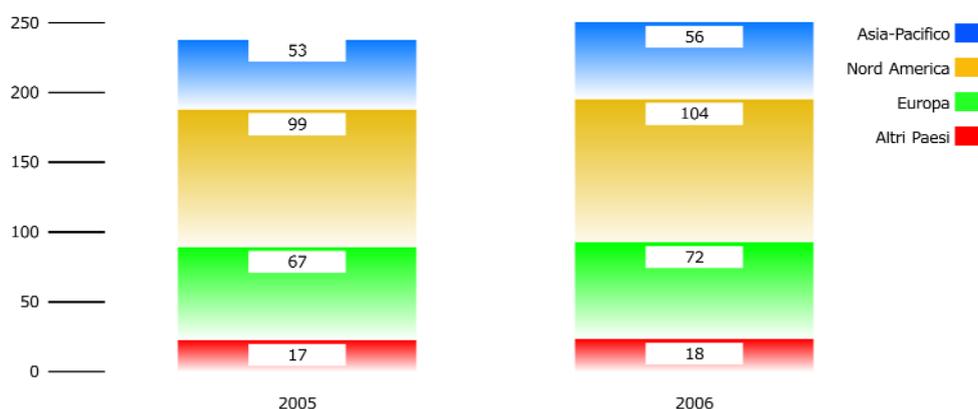
L'esiguità e la tendenziale contrazione della componente di ricavi derivante dal canone di abbonamento sono riconducibili all'effetto congiunto di due fattori. Il primo è relativo al fatto che in molti paesi tale elemento di reddito non è affatto presente, per cui l'incidenza a livello complessivo non può che ridursi.

In secondo luogo, dove presente, il prezzo unitario del canone, generalmente amministrato dai governi, tende ad avere un andamento assai simile a quello dell'inflazione, e pertanto difficilmente può ottenere risultati consistentemente positivi in termini comparati rispetto agli introiti derivanti dalla televisione a pagamento e dalla pubblicità, determinando in tal modo una ulteriore e strutturale riduzione del proprio peso nell'ambito della composizione delle risorse del settore.

Con riferimento alle principali aree geografiche, il Nord America con 104 miliardi di euro si conferma il mercato maggiormente rilevante, cui segue l'Europa con 72 miliardi (figura 1.20).

Complessivamente, i paesi industrializzati rappresentano oltre l'80% delle risorse del settore, ma è da evidenziare come in termini di abitazioni dotate di apparecchio televisivo (*TV households*) si stima che non superino il 40%, mentre sono i mercati emergenti (ed in particolare Cina ed India) a rappresentare, nel futuro, le maggiori aree di crescita, con evidenti ricadute, in particolare sulle dinamiche degli investimenti pubblicitari del settore.

**Figura 1.20.** I servizi televisivi nel mondo per area geografica (miliardi di euro)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate, 2007

L'accesso ai servizi televisivi vede nei paesi industrializzati la quasi totalità delle famiglie dotate di televisore (circa il 98%)<sup>4</sup>. Tuttavia, la situazione è assai articolata se la si osserva dal punto di vista delle piattaforme trasmissive utilizzate dai telespettatori. In Europa, Italia, Francia e Spagna sono i paesi dove risulta maggiormente diffusa la trasmissione televisiva via etere (analogica e digitale), mentre il cavo è maggiormente presente in Germania e Olanda e, tra i paesi extraeuropei, negli Stati Uniti ed in Giappone, dove è diffusa in misura consistente anche la trasmissione satellitare.

Le piattaforme di accesso e le modalità di consumo dei servizi televisivi (gratuiti o a pagamento) stanno registrando una progressiva evoluzione, anche nel senso di una maggiore segmentazione dovuta soprattutto al processo di diffusione della TV digitale. Da una parte, l'evoluzione tecnologica consente la fruizione di contenuti televisivi su un numero crescente di piattaforme, mentre, dall'altra parte, risulta sempre più rilevante la fruizione di servizi in modalità *pay*.

A questo riguardo, si rammenta che i principali paesi industrializzati hanno già programmato per gli anni a venire la migrazione verso il digitale terrestre (DTT) delle trasmissioni attualmente offerte attraverso il segnale diffuso via etere in tecnica analogica (tabella 1.1).

Nel complesso, si stima che nel 2006 il 18% delle "TV households" nel mondo già riceve il servizio televisivo digitale (attraverso le diverse piattaforme trasmissive), con un incremento di 3,3 punti percentuali rispetto al 2005.

<sup>4</sup> Fonte: Ofcom, "The International communications market 2006", pag. 130, novembre 2006.

Tale incremento è imputabile principalmente alla clientela dei paesi avanzati, cui certamente seguirà un ruolo certamente meno marginale per i mercati asiatici emergenti.

**Tabella 1.1.** Data di passaggio (switch-off) alla DTT per paese

2007	Svezia
2009	Stati Uniti, Germania
2010	Spagna
2011	Giappone, Francia
2012	Italia, Regno Unito
2014	Polonia

Fonte: Ofcom

La diffusione di servizi televisivi su diverse piattaforme consente ai *broadcaster* di costruire palinsesti secondo una più affinata segmentazione del mercato, con un impulso all'offerta televisiva a pagamento nelle diverse modalità presenti sul mercato (ossia *pay-tv*, *pay-per-view*, *video-on-demand*).

Al riguardo, si stima che su un totale di 1,1 miliardi di abitazioni dove è presente almeno un televisore, gli utenti di servizi *pay* hanno sfiorato, nel 2006, i 500 milioni.

Tra le piattaforme a pagamento, il cavo resta, a livello mondiale, la tecnologia maggiormente diffusa, mentre crescono l'offerta satellitare e il DTT. Il peso dei servizi televisivi su reti di telecomunicazione fisse e mobili è invece al momento ancora marginale.

La progressiva diffusione delle reti digitali offre agli operatori a larga banda l'opportunità di accedere al mercato della distribuzione TV/video su protocollo IP ed a quelli televisivi la possibilità di ampliare la propria rete distributiva.

Ciò comporta, come già osservato nei paragrafi precedenti, una più ampia convergenza dei mercati delle comunicazioni, ma anche una maggiore concorrenza tra gruppi televisivi (*free* e *pay*) ed operatori *broadband*, collegata alla prevedibile riduzione dei ricavi nei rispettivi tradizionali *core business* (pubblicità per i primi, servizi vocali per i secondi) ed alla necessità quindi di ampliare/diversificare le proprie fonti di ricavo.

Crescenti risorse sono pertanto indirizzate verso i nuovi modelli di attività, dove le competenze e gli *asset* dei fornitori di contenuti (ad esempio Sony, Warner Brothers, Walt Disney, Financial Times), da una parte, e quelli dei soggetti che tradizionalmente hanno nei servizi avanzati di rete il loro *core business* (ad esempio Google, Yahoo, Skype), dall'altra parte, risultano sempre più integrati nell'offerta di contenuti audio-video da parte degli operatori di telecomunicazioni.

Inoltre, accanto alla tradizionale offerta di servizi video ed alle diverse modalità di consumo, il mercato è sempre più sensibile ad altri contenuti. Gli utenti sono diventati infatti produttori e distributori di contenuti multimediali, grazie a portali, siti di *social networks* (come YouTube o Myspace), e di *online community* (Second life). La *Personal Media Revolution* (PMR) è ormai un fenomeno che va assumendo dimensioni (in termini di utenti) sempre maggiori, anche se al momento sono poche le imprese, salvo le citate eccezioni, che hanno registrato ricavi di qualche rilevanza.

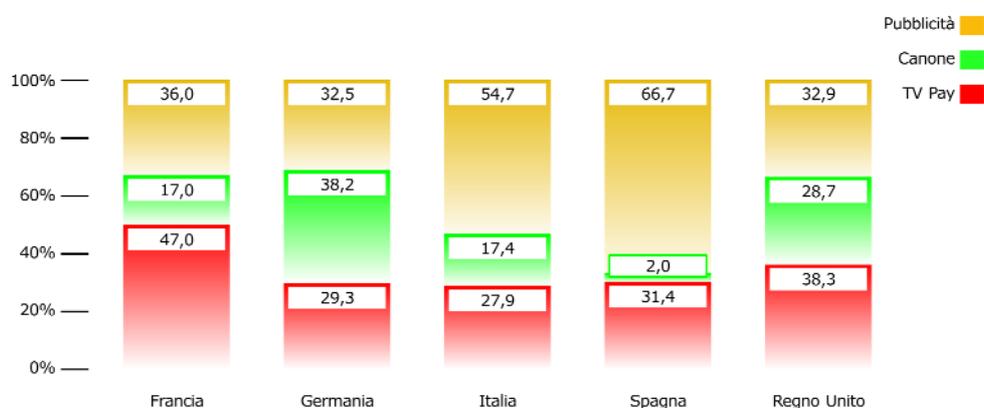
Nel 2006, queste aziende hanno ottenuto circa 13 milioni di dollari mensili di introiti da investimenti pubblicitari, attirati sia dal numero di utenti che visitano i siti, sia dalla

possibilità di segmentazione e personalizzazione del messaggio (a tal proposito, si rimanda al precedente paragrafo – nella sezione sul mercato mondiale di internet – per una analisi delle nuove modalità di comunicazione pubblicitaria).

### Il mercato televisivo europeo

Il settore televisivo europeo – che, come anticipato, ha superato nel 2006 il valore di 70 miliardi di euro – non ha subito, rispetto all'anno precedente, sensibili mutamenti nella distribuzione delle diverse tipologie di risorse (figura 1.21)<sup>5</sup>.

**Figura 1.21.** Mercato televisivo europeo per paese – risorse per natura (2006 %)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate e Nielsen

Per la Germania ed il Regno Unito, l'elevato importo del canone televisivo del servizio pubblico rappresenta, anche in previsione degli investimenti necessari per il passaggio alla nuova tecnica digitale terrestre, una componente importante degli introiti del settore<sup>6</sup>; negli altri casi, tali importi sono assai più contenuti.<sup>7</sup>

Infine, i ricavi derivanti dalla televisione a pagamento rappresentano una componente che si sta rafforzando nel tempo, con un tasso di crescita (9,4%) decisamente superiore alla crescita del fatturato del settore.

La diffusione della TV a pagamento presso le famiglie europee (mediamente lo scorso anno il 50% utilizza servizi a pagamento) presenta un quadro assai differen-

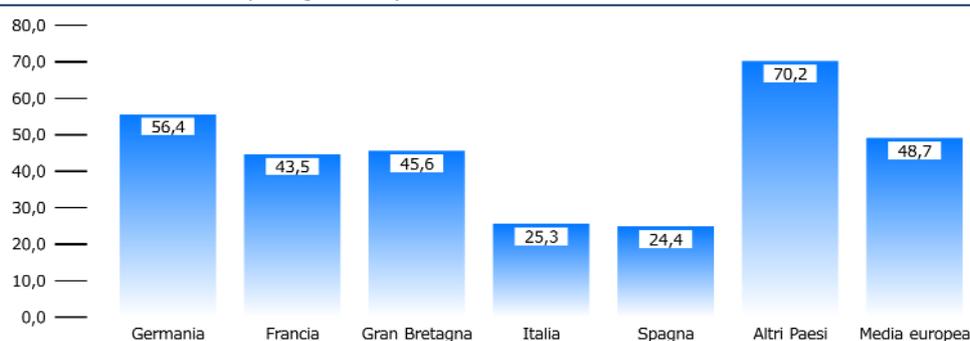
<sup>5</sup> I valori relativi al mercato italiano non sono confrontabili con quelli esposti nel successivo capitolo 1.2.2, in quanto fanno riferimento a diverse metodologie di calcolo. Inoltre, i dati forniti da Idate per il 2006 sono rappresentati da stime e non da consuntivi.

<sup>6</sup> E' da notare tuttavia che queste differenze sono associate diversità anche nei limiti di affollamento pubblicitario in capo ai diversi operatori di servizio pubblico. Ad esempio, nel Regno Unito BBC, destinataria del canone, non può inserire inserzioni pubblicitarie all'interno dei propri palinsesti, mentre Channel 4, altra emittente pubblica, non riceve finanziamenti statali, ma opera alle stesse condizioni delle emittenti private nel mercato pubblicitario.

<sup>7</sup> In Spagna è presente il finanziamento pubblico della televisione con modalità diverse dal canone, come ad esempio finanziamenti a tassi agevolati.

ziato, dove all'alto numero di abbonati nei paesi dell'Europa settentrionale corrisponde il valore assai più contenuto di Italia e Spagna (figura 1.22).

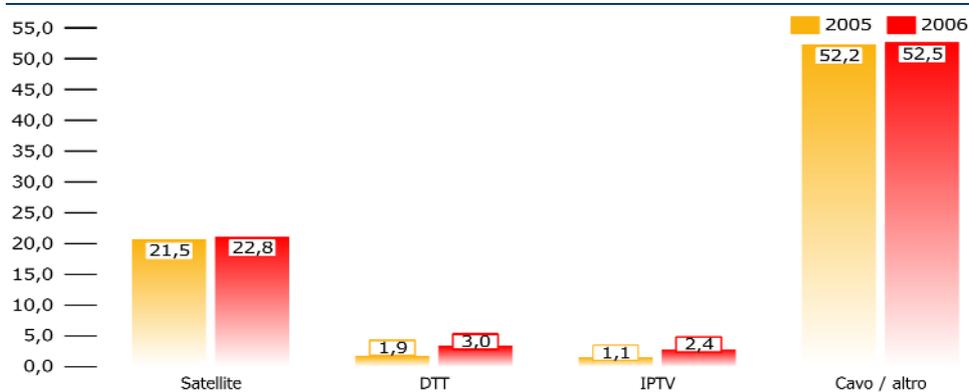
**Figura 1.22.** Utenti di servizi di televisione a pagamento in Europa nel 2006 (famiglie in %)\*



\* Gli utenti di servizi di televisione a pagamento comprendono gli abbonati alla pay-TV, gli utenti di pay-per-view, nonché gli utilizzatori di servizi di video-on-demand, su tutte le piattaforme trasmissive. Si consideri che il dato della Germania (e quelli di Belgio e Paesi Bassi, inclusi negli "Altri Paesi") comprende anche gli accessi via cavo (la maggior parte dei quali ancora in tecnica analogica) che consentono la mera ricezione delle emittenti televisive free-to-air. Ad ogni modo, nel caso tedesco si stimano in circa 4 milioni gli abbonati a piattaforme di pay-tv che offrono specifici bouquet (Premiere e Arena).

Fonte: elaborazioni Autorità su dati E-media

**Figura 1.23.** Utenti di servizi di televisione a pagamento per piattaforma (milioni)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati E-media

La crescita dei consumatori di servizi pay è risultata complessivamente pari a 4 milioni, superando gli 80 milioni. Il cavo risulta la piattaforma dove si attesta il maggior numero di utenti (65%), ma è da evidenziare come, mentre tale piattaforma risulta sostanzialmente stabile (la crescita rispetto al 2005 è limitata allo 0,6%), l'aumento registrato dalle altre tecnologie considerate risulta nel complesso superiore al 15% (figura 1.23).

8 In termini di utilizzatori di servizi pay per view.

Peraltro, qualora si escluda il cavo, la crescita degli utenti secondo la piattaforma utilizzata (figura 1.24), evidenzia dinamiche non molto dissimili tra IPTV, satellite e DTT, testimoniando l'attrattiva delle diverse piattaforme di accesso presenti nel mercato.

**Figura 1.24.** Crescita dei servizi televisivi pay per piattaforma (2006 in %)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati E-media

**Figura 1.25.** Numero di utenti di servizi televisivi pay nei principali paesi europei (milioni)

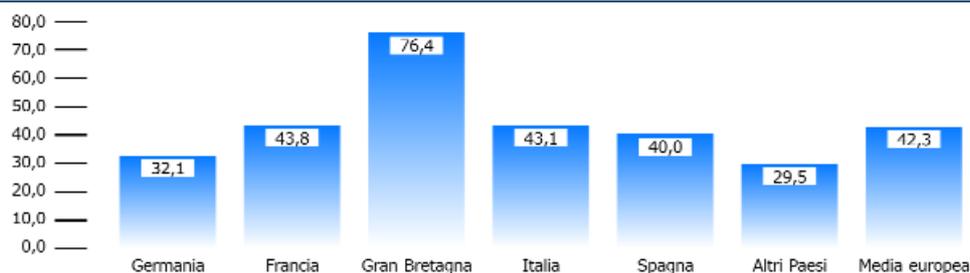


Fonte: elaborazioni Autorità su dati E-media

L'esame per singolo paese (figura 1.25) mostra come la televisione a pagamento risulti diffusa soprattutto in Germania e negli altri paesi nord europei, mentre va osservato il dinamismo di Francia e Italia, che nell'insieme registrano, con una netta differenziazione sul piano delle piattaforme utilizzate, quasi la metà dei nuovi abbonati continentali.

In Francia, risultano in forte crescita gli abbonati alla IPTV il cui aumento (oltre 650.000 abbonati) sembra incorporare, sia pur al momento con intensità limitata, un effetto di sostituzione con il cavo, i cui utenti risultano in flessione di circa 200.000 unità.

In Italia, la crescita è invece trainata dal satellite, dove a fine 2006 gli abbonati di Sky Italia hanno superato i 4 milioni di abbonati (+11,9%) nonché dall'utilizzo della DTT, dove a fine anno sono stimati in circa 1,7 milioni gli utilizzatori di servizi a pagamento (+78,2%).

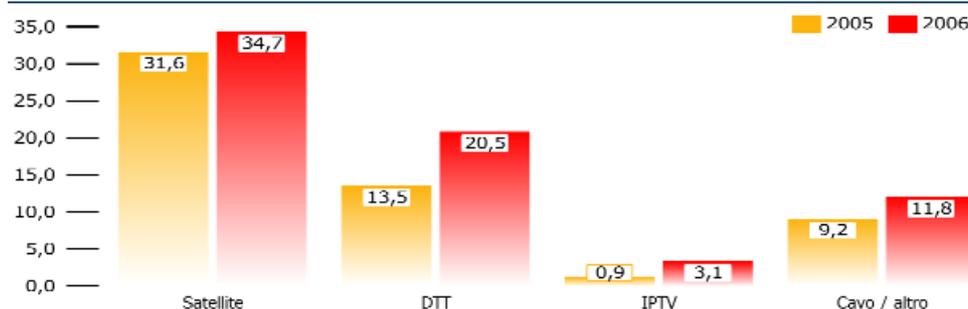
**Figura 1.26.** Penetrazione della TV digitale in Europa (% households nel 2006)

Fonte: elaborazioni Autorità su dati E-media

L'offerta di servizi televisivi su reti "digitali", alla cui disponibilità è strettamente correlata la possibilità per le imprese di veicolare con maggiore efficacia contenuti a pagamento e, nel caso specifico della IPTV, servizi progressivamente sempre più integrati con l'accesso ad internet ed al relativo mercato pubblicitario, risulta in crescita nel suo complesso.

Nel 2006, la diffusione della TV digitale mostra un quadro differenziato, con il Regno Unito che risulta il paese con il maggiore tasso di penetrazione, storicamente determinato, in particolare, dalla televisione satellitare (figura 1.26)<sup>9</sup>.

Nel complesso, il numero di utenti "digitali" si stima abbia superato alla fine dello scorso anno i 70 milioni di utilizzatori, con una crescita del 27% rispetto all'anno precedente (figura 1.27).

**Figura 1.27.** Accessi alla TV digitale in Europa per piattaforma (milioni)

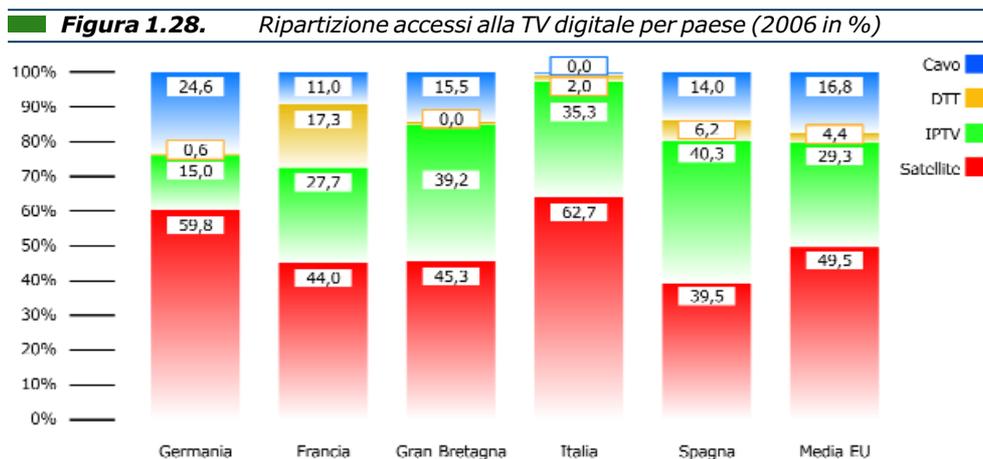
Fonte: elaborazioni Autorità su dati E-media

In Europa, poco meno del 50% della TV digitale (figura 1.28) è rappresentata dal satellite, ma è da segnalare la forte crescita del DTT, che rappresenta il 47% dell'aumento complessivamente registrato lo scorso anno

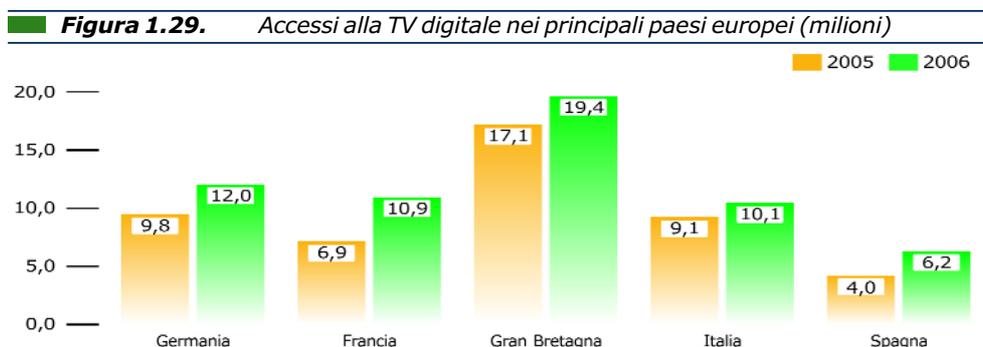
Con riguardo all'andamento della crescita della TV digitale nei principali paesi europei (figura 1.29), Gran Bretagna ed Italia ottengono un incremento inferiore alla media europea (27%), ma mentre per la prima tale risultato può spiegarsi con una

<sup>9</sup> Il valore relativo al mercato italiano non risulta completamente omogeneo con quanto indicato nel successivo paragrafo 1.2.2, in quanto a causa delle diverse metodologie di calcolo seguite.

preesistente ed elevata diffusione della televisione digitale, nel caso italiano questo andamento degli utenti satellitari *free* e *pay* e di quelli DTT si riferisce ad una base di famiglie digitali decisamente più ristretta rispetto all'esperienza britannica. Il risultato italiano, con particolare riferimento al digitale terrestre, appare potersi ascrivere ad una politica di offerta di contenuti delle emittenti ancora in via di compiuta definizione.



Fonte: elaborazioni Autorità su dati E-media



Fonte: elaborazioni Autorità su dati E-media

Il tema della crescente integrazione dei mercati europei è stato, in più occasioni, affrontato dalla Commissione europea, la quale ha proposto una Revisione della Direttiva "Televisione senza frontiere", finalizzata ad armonizzare il contesto normativo, attraverso l'introduzione di regole che contemplino anche le modalità più innovative di distribuzione dei contenuti dei servizi audiovisivi.

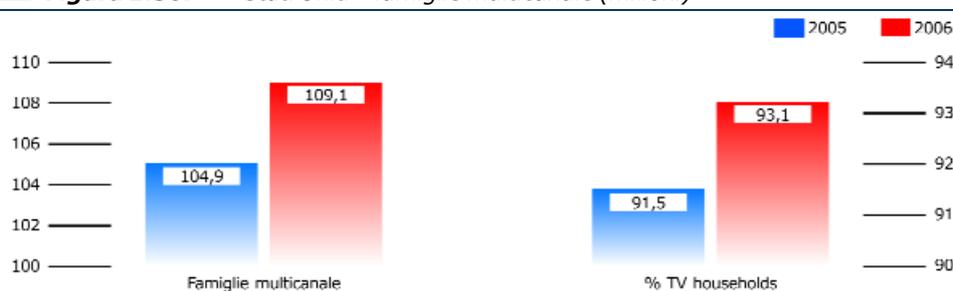
Particolare attenzione è stata posta riguardo all'introduzione di misure maggiormente stringenti per assicurare la protezione dei minori, la salvaguardia del pluralismo dei *media*, la definizione di regole chiare sull'accesso ad eventi di elevato interesse pubblico, l'inserimento nei contenuti audiovisivi degli spazi pubblicitari.

### Il mercato televisivo statunitense

Come precedentemente accennato, gli Stati Uniti, concentrando più del 40% delle risorse mondiali del settore, detengono una posizione di *leadership*. Il forte aumento delle entrate dell'ultimo anno (+15%) è in gran parte dovuto alla crescita della televisione a pagamento, che registra un aumento della base abbonati e delle entrate per cliente.

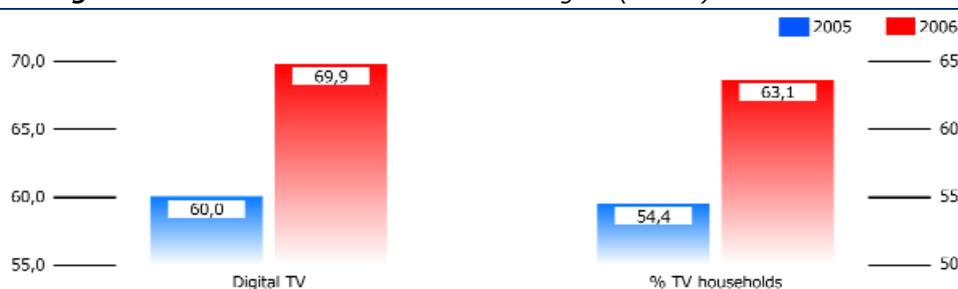
Vale inoltre notare che più del 90% delle case riceve un'offerta di TV multi-canale, mentre quasi il 70% è dotato di un collegamento digitale (figure 1.30 e 1.31).

**Figura 1.30.** Stati Uniti – famiglie multicanale (milioni)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

**Figura 1.31.** Stati Uniti – TV households digitali (milioni)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

L'elevato sviluppo del mercato, come già accennato, è dovuto in gran parte alla estesa penetrazione del cavo ed al consolidamento dei servizi digitali sul satellite. In particolare, il cavo, che raggiunge il 66% delle case americane, resta la principale modalità di ricezione dei servizi televisivi, ma l'utilizzo del satellite risulta crescente, grazie anche alle nuove offerte da parte di Dish e DirectTV.

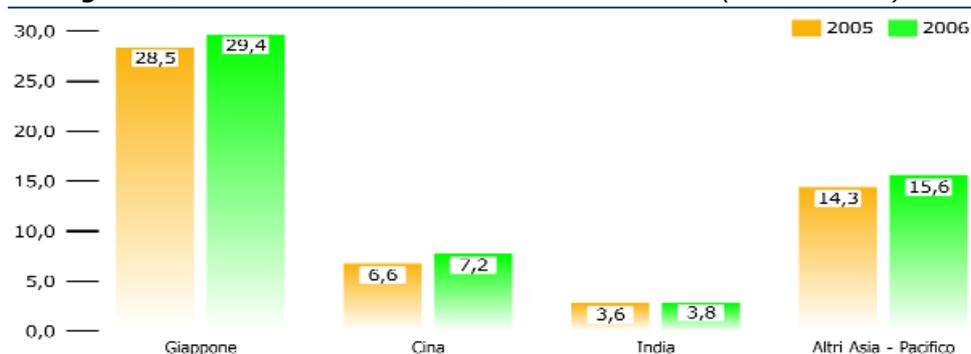
Nell'ultimo anno si registra peraltro un aumento della pressione concorrenziale anche da parte degli operatori di telecomunicazioni, che sono entrati più direttamente su questo mercato, attraverso offerte *triple play* su reti a larghissima banda (FTTx).

### Il mercato televisivo nell'area Asia/Pacifico

Come in precedenza accennato, l'area Asia-Pacifico (e quella indo-cinese in particolare) presenta le maggiori prospettive di crescita nei prossimi anni.

Nel 2006, il valore del mercato è aumentato del 5,7%, con il Giappone che continua a rappresentare circa il 50% dell'area (figura 1.32), anche se questo mercato cresce nel complesso per meno dell'1%, mentre Cina e India registrano un incremento delle risorse complessive del 7,8%, crescita che sale a poco meno del 9% se si guarda al solo segmento *pay*. Al riguardo, si segnala che nel mercato cinese sono valutabili in circa 130 milioni gli abbonati alla TV a pagamento, mentre la IPTV al momento non supera, per motivi istituzionali e regolamentari, la fase sperimentale.

**Figura 1.32.** Mercato audiovisivo dell'area Asia-Pacifico (miliardi di euro)

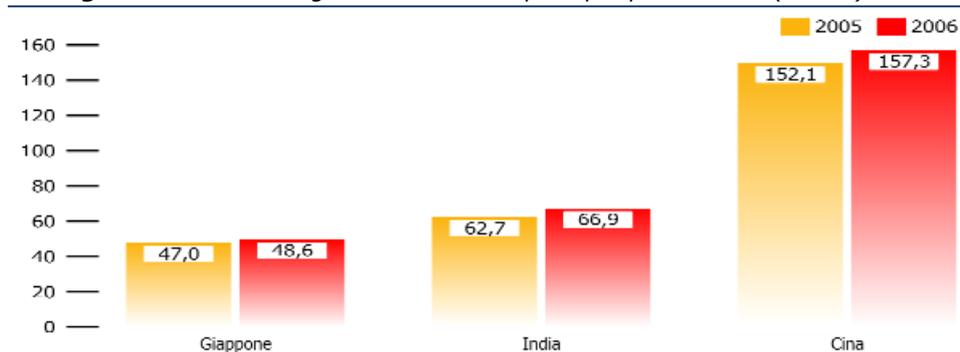


Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

L'ottimismo circa le prospettive di crescita dei mercati cinese ed indiano risulta ulteriormente rafforzato se si guarda l'attuale scarsa diffusione della fruizione del servizio televisivo (figure 1.33 e 1.34).

Si consideri al riguardo che, su una popolazione di circa 2,4 miliardi di persone, sono stimabili solo in 450 milioni le famiglie cinesi ed indiane dotate di apparecchio televisivo, e di queste meno del 3% utilizza, al momento, una piattaforma di accesso digitale.

**Figura 1.33.** Famiglie multicanale nei principali paesi asiatici (milioni)

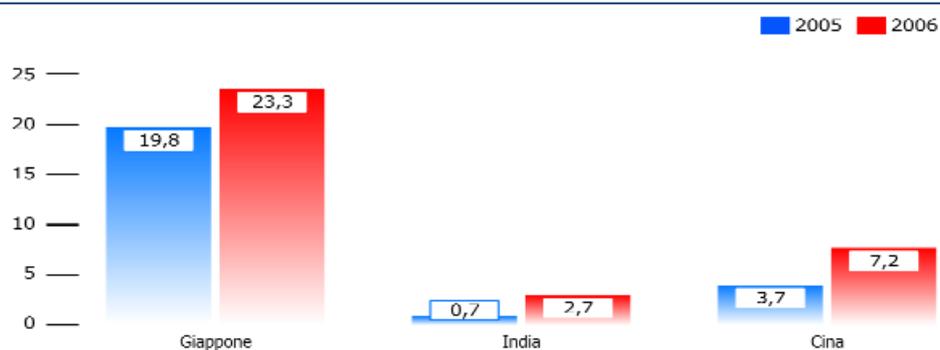


Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

In un contesto economico che vede le economie dei due paesi crescere mediamente ad un tasso prossimo al 10%, appaiono pertanto evidenti le opportunità di *business* innanzitutto per il mercato pubblicitario della TV generalista.

Accanto alle "naturali" prospettive di mercato determinate dalla attuale dinamica del sistema economico, si evidenzia come, in particolare in Cina, il governo stia mettendo in atto una serie di politiche per promuovere lo sviluppo della televisione digitale. La SARFT (State Administration for Radio, Film and TV) sta incoraggiando gli operatori cavo, anche attraverso specifiche sovvenzioni, a rafforzare l'offerta via cavo di servizi digitali. Su circa 300 operatori via cavo presenti, circa 30 hanno avviato sperimentazioni per la trasmissione digitale. In questo senso, i giochi olimpici di Pechino del 2008 potrebbero rappresentare l'occasione per l'avvio su larga scala delle trasmissioni terrestri in formato digitale.

**Figura 1.34.** Famiglie con TV digitale nei principali paesi asiatici (milioni)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

## 1.2. In Italia

### ■ 1.2.1. Le telecomunicazioni

#### *Premessa metodologica*

I dati relativi al valore del mercato italiano dei servizi di telecomunicazioni su rete fissa e mobile non sono confrontabili con quelli esposti nelle scorse relazioni in quanto l'Autorità, a partire da quest'anno, ha ritenuto opportuno acquisire direttamente tali informazioni, che in precedenza venivano raccolte anche attraverso il ricorso ad una fonte esterna.

Pertanto, i dati di mercato di seguito esposti sono costruiti attraverso l'elaborazione di dati di ricavo forniti direttamente dalle imprese, mentre allo stesso tempo si è utilizzata una metodologia di calcolo diversa rispetto a quanto tradizionalmente adottato.

Più in dettaglio, si è preferito evidenziare i ricavi delle imprese direttamente riferibili alla spesa dell'utenza finale (clientela residenziale e affari), al netto degli introiti derivanti dalla fornitura di servizi intermedi ad altri operatori di telecomunicazioni, come ad esempio i ricavi da servizi di terminazione, mentre in precedenza questi ultimi venivano inclusi, identificando per tale via le "risorse lorde" del settore<sup>10</sup>.

In tal modo, una parte del valore del mercato comprendeva fenomeni di "double counting", come ad esempio nel caso dei ricavi da terminazione su rete mobile per chiamate da rete fissa<sup>11</sup>, determinando in tal modo, come evidenziato nelle ultime relazioni, una maggiore valorizzazione del mercato della telefonia mobile rispetto a quella su rete fissa.

Se tale impostazione garantiva un'analisi metodologicamente più corretta per comparare, ad esempio, l'andamento o il valore del settore con quello di altre grandezze macroeconomiche come ad esempio il Prodotto Interno Lordo – che, anche nell'ambito di uno stesso settore merceologico, include i fatturati complessivi delle singole imprese che lo compongono – a partire dalla presente Relazione si è scelto di fornire valori maggiormente rappresentativi dello specifico andamento della spesa effettiva dell'utenza finale in servizi di telecomunicazioni.

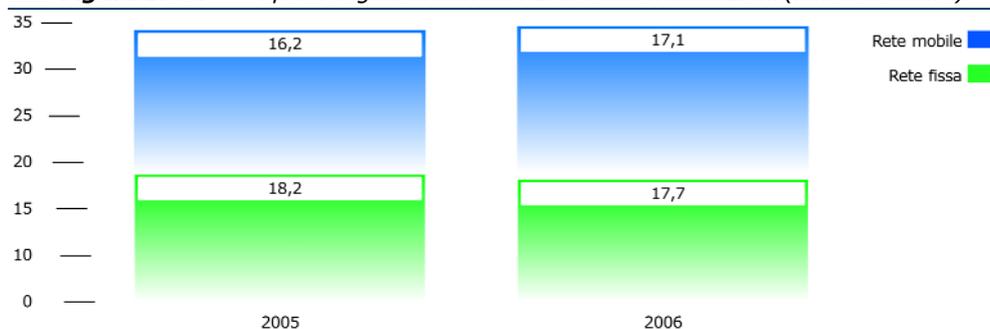
---

<sup>10</sup> In sostanza il mercato veniva determinato quale "sommatoria" dei ricavi delle imprese. Sono compresi i dati, al netto dell'IVA, dei seguenti operatori di telecomunicazioni: BT Italia, Colt, Elnet, Eutelia, Fastweb, H3G, Infracom Italia, Retelit, Tele2, Telecom Italia, Telecom Italia Sparkle, Tiscali, Verizon Business, Vodafone, Wind. Inoltre, per la telefonia fissa è stato stimato il peso degli altri operatori minori presenti sul mercato, con un valore di circa il 2% dei ricavi complessivi delle imprese di cui sono disponibili i dati puntuali. Le informazioni raccolte, relative al biennio 2005-2006, risultano comunque coerenti con quanto recentemente indicato dall'Istat (Collana Statistiche in breve, "Le imprese di telecomunicazioni, anno 2005", pubblicata il 14 febbraio 2007), con riferimento ai ricavi lordi del settore, con uno scostamento nell'ordine dell'1%.

<sup>11</sup> Ad esempio, il costo di una chiamata da rete fissa a rete mobile, da una parte viene fatturato dall'operatore di rete fissa al cliente finale, mentre allo stesso tempo l'operatore di rete mobile dove è stata terminata la comunicazione, fattura all'operatore di rete fissa una quota parte del costo sostenuto dal cliente finale in termini di ricavi di terminazione, venendosi così a determinare, come somma dei due fatturati, un valore superiore al costo effettivo della chiamata effettuata dal cliente.

Nel 2006, il fatturato complessivo degli operatori di telecomunicazioni derivante dalla vendita di servizi e prodotti finali è cresciuto nell'ordine dell'1%, superando i 34,8 miliardi di euro (figura 1.35).

**Figura 1.35.** Spesa degli utenti in servizi di telecomunicazioni (miliardi di euro)\*



\* La spesa degli utenti (residenziali e affari) è definita come la differenza tra i ricavi complessivi indicati dagli operatori a fini civilistici e quelli percepiti a seguito della fornitura di servizi intermedi.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

Dall'analisi delle due componenti del settore, come negli scorsi anni, anche per il 2006 emerge una maggiore dinamicità dei servizi offerti su reti mobili rispetto a quelli di rete fissa. In particolare, i primi sono cresciuti di oltre il 5%, mentre i secondi hanno fatto registrare un'ulteriore flessione, pari a circa il 3%.

Con riguardo ai ricavi finali suddivisi per tipologia di utenza, emerge come la clientela residenziale rappresenti oggi oltre il 70% degli introiti complessivi (tabella 1.2).

**Tabella 1.2.** Ripartizione della spesa d'utente (%)

	2005	2006
Totale	100,0	100,0
residenziale	71,5	71,4
affari	28,5	28,6
Rete fissa	100,0	100,0
residenziale	60,8	59,6
affari	39,2	40,4
Rete mobile	100,0	100,0
residenziale	83,6	83,7
affari	16,4	16,3

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Si evidenziano tuttavia notevoli differenze nelle due componenti del settore. Mentre nella rete fissa, dove è maggiormente sviluppato il consumo di servizi dati da parte dell'utenza affari, le imprese rappresentano il 40% dei ricavi complessivi, nella rete mobile, caratterizzata da un maggiore peso dei servizi vocali e degli SMS - utilizzati prevalentemente dall'utenza residenziale - gli introiti derivanti da servizi forniti alle aziende scendono a poco più del 16%.

In sintesi, nell'ultimo anno il settore italiano delle telecomunicazioni ha manifestato le seguenti caratteristiche:

- i. un generale ulteriore arretramento dei ricavi da servizi vocali ed un contestuale progressivo rafforzarsi della componente dati;
- ii. una decisa crescita della banda larga, sia in termini di abbonati che di capacità trasmissiva offerta al pubblico;
- iii. un progressivo ampliamento delle offerte convergenti fisso-mobile ed un consolidamento di quelle combinate, voce-dati, su rete fissa;
- iv. una crescente attenzione ai contenuti video, sia nella rete fissa (attraverso le offerte di IPTV) che, soprattutto, in quella mobile (per mezzo dello sviluppo della tecnologia DVB-H).

In questo quadro, si pone in posizione di preminenza per la crescita in senso concorrenziale dei mercati di telecomunicazioni lo sviluppo di reti, fisse e mobili, caratterizzate da una sempre maggiore capacità trasmissiva. L'accesso a tali reti rappresenta infatti uno snodo centrale del percorso evolutivo del settore. In particolare, nell'ultimo anno si è consolidato il ricorso alla gestione diretta del cliente di servizi di rete fissa da parte di tutti gli operatori, attraverso, soprattutto, l'affermazione dello strumento dell'accesso disaggregato alla rete di Telecom Italia (*Unbundling del Local Loop*), anche se quest'ultima, attraverso la proprietà dell'unica rete locale diffusamente distribuita sul territorio nazionale, permane, pur in presenza di quote di mercato calanti, in condizioni di significativa forza di mercato. Si sono formalizzati, all'inizio del 2007, i primi accordi commerciali di accesso alle reti degli operatori mobili infrastrutturati con un'impresa del settore (BT Italia) e con aziende appartenenti ad altri comparti (Coop, Carrefour e Poste Italiane).

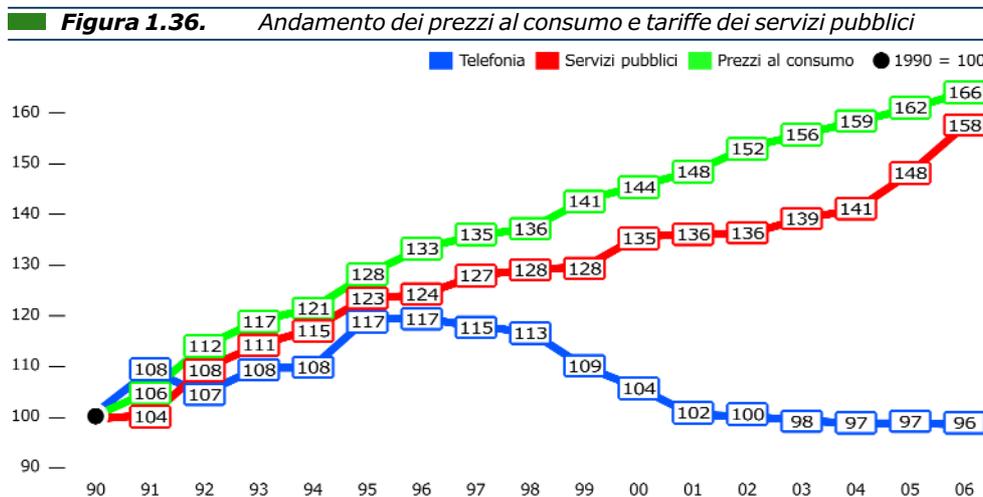
Di rilievo risultano le vicende societarie ed economico-patrimoniali di alcune importanti imprese presenti nel settore, con il passaggio del controllo di Fastweb all'operatore Swisscom, mentre è in fase di definizione l'ingresso di Telefonica nell'azionariato di Telecom Italia.

In generale, si è assistito ad una fase di *empasse* per quanto riguarda gli investimenti di settore (tabella 1.3). In alcuni casi, i processi di consolidamento degli assetti azionari hanno portato ad una maggiore attenzione alla redditività aziendale, e conseguentemente ad una minore propensione a destinare risorse agli investimenti. In altri casi, l'attività relativa agli investimenti è stata caratterizzata da una fase interlocutoria, in attesa di un chiarimento sugli indirizzi strategici di lungo periodo. Infine, si ricorda come il settore sia stato, nel complesso, caratterizzato da una ridotta capacità reddituale, che ne ha frenato l'attività investitoria, in particolare da parte degli operatori alternativi (OLO, *Other Licensed Operator*) di rete fissa.

**Tabella 1.3.** Investimenti in immobilizzazioni (milioni di euro)

	2005	2006	Var % 06/05
Rete fissa	3.539	3.554	0,4
di cui OLO	1.201	1.016	-15,4
% OLO	33,9	28,6	
Rete mobile	3.428	3.190	-7,0
Totale	6.967	6.744	-3,2
% rete fissa	50,8	52,7	
% rete mobile	49,2	47,3	

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali



Fonte: elaborazioni Autorità su dati del Ministero dell'economia e delle finanze

Come per il 2005, anche nel 2006, è il settore mobile a segnare una contrazione degli investimenti, mentre nella rete fissa lo sforzo investitorio di Telecom Italia compensa la marcata contrazione degli investimenti degli operatori alternativi. Per quanto riguarda la rete mobile, il fenomeno sembra dovuto, innanzitutto, alla progressiva maturità del mercato, in cui le infrastrutture di rete appaiono aver raggiunto un grado di copertura - in larga parte anche con riguardo a quelle di nuova generazione - che può considerarsi in fase di completamento.

Nel caso della rete fissa, invece, il moderato ma graduale aumento del consumo di servizi dati - accesso ad internet e contenuti video in particolare - non sembra aver ancora raggiunto dimensioni e generato aspettative di ricavo tali da influire in misura sensibile sui livelli complessivi di investimento nelle reti fisse di nuova generazione.

La modesta crescita del settore, unitamente alla flessione nella dinamica degli investimenti ha influito anche sui livelli occupazionali: per il 2006 si stima una diminuzione complessiva degli addetti del comparto, nell'ordine del 3%, che raggiungono le 85.000 unità complessive<sup>12</sup>.

Per altro verso, è proseguita la riduzione dei prezzi dei servizi di telecomunicazioni, con un contributo assai significativo al contenimento dell'inflazione e al conseguente aumento del benessere dei consumatori. Nel 2006, le tariffe di telefonia hanno mostrato una contrazione dell'1,2%, che si confronta con un aumento del 2,1% dei prezzi al consumo per l'intera collettività nazionale<sup>13</sup> e con una crescita del 6,7% fatto registrare dal paniere dei servizi di pubblica utilità<sup>14</sup>.

Continua così ad ampliarsi la forbice iniziata nella prima metà degli anni novanta, tra l'andamento generale dei prezzi e quello specifico delle telecomunicazioni, mentre nel complesso l'andamento medio dei prezzi nei servizi pubblici continua a mostrare, nel tempo, una dinamica più contenuta, anche se in decisa crescita nell'ultimo anno (figura 1.36).

<sup>12</sup> Valore riferito alle imprese di cui alla nota 1.

<sup>13</sup> MEF, "Andamento dei prezzi", dicembre 2006, Tav. VI 1.2, pag 74.

<sup>14</sup> Il paniere tiene conto delle tariffe praticate nei seguenti settori: elettricità, gas, telefonia, poste, radiotelevisione, ferrovie, acqua, trasporti urbani.

Qualora si suddivida il periodo di tempo considerato in due intervalli, dove il primo (1990-1998) riguarda il periodo di inizio di osservazione dei dati settoriali fino all'istituzione dell'Autorità, mentre il secondo (1999-2006) concerne l'arco temporale di attività del regolatore, emerge che la liberalizzazione regolamentata delle telecomunicazioni ha dato un notevole contributo al contenimento dell'andamento medio dei prezzi: in tale secondo periodo, a fronte di un aumento generalizzato dei prezzi nell'ordine del 2,3% annuo, i servizi di telefonia fissa e mobile mostrano una contrazione annua delle tariffe del 2% (tabella 1.4). Lo scarto medio annuo tra l'andamento dei prezzi della telefonia e l'inflazione si è quindi drasticamente ampliato a partire dal 1998, passando da due punti e mezzo ad oltre quattro punti percentuali.

**Tabella 1.4.** Tariffe di servizi di pubblica utilità e prezzi al consumo (variazione m.a. in %)

	1990-98	1999-2006
Elettricità	-0,2	2,6
Telefonia	1,5	-2,0
Servizi postali	3,4	1,7
Canone Rai-TV	3,7	1,8
Ferrovie	4,1	1,4
Acqua potabile	8,6	4,1
Gas	2,2	3,7
Trasporti urbani	8,7	3,2
Media servizi pubblica utilità	3,1	2,6
Prezzi al consumo	4,1	2,3

Fonte: elaborazioni Autorità su dati del Ministero dell'economia e delle finanze

### Rete fissa

Nel 2006, i ricavi derivanti dall'offerta di prodotti e servizi all'utenza finale, come prima anticipato, sono quantificabili in circa 17,7 miliardi di euro, con una contrazione media del 3% (tabella 1.5).

**Tabella 1.5.** Spesa degli utenti per i servizi di rete fissa, suddivisione per tipologia\*

	2005		2006		Var % 06/05
	mld euro	%	mld euro	%	
Servizi finali su:	13,8	75,8	13,4	75,9	-2,8
rete commutata	11,5	63,4	10,8	61,0	-6,6
reti a larga banda	2,3	12,4	2,6	14,9	16,1
Altri servizi dati	0,9	4,7	0,7	4,2	-14,2
Altri ricavi	3,6	19,5	3,6	19,9	0
Totale	18,2	100,0	17,7	100,0	-3,0

\* I ricavi (in termini di spesa d'utente) su rete commutata includono: servizi di accesso, ricavi da fonia (locale, nazionale, internazionale, fisso-mobile, internet dial up, ricavi netti da servizi a numerazione non geografica e da telefonia pubblica). I ricavi da reti a larga banda includono canoni e servizi a consumo, gli "altri servizi dati" sono rappresentati da servizi commutati di trasmissione dati e circuiti diretti affittati a clientela finale (esclusi OLO), i restanti "altri ricavi" sono rappresentati dai ricavi derivanti da vendita/noleggior di apparati, terminali e accessori e da tutte le altre tipologie di ricavo non espressamente in precedenza indicate.

Fonte: elaborazione Autorità su dati aziendali

Le diverse componenti di ricavo registrano tuttavia risultati assai articolati e difformi nell'andamento. Tra i servizi su rete commutata, che nel complesso mostrano una flessione del 6,6%, i ricavi da servizi di accesso rimangono sostanzialmente invariati, mentre quelli da fonia vocale subiscono una contrazione del 10%, che si spiega in larga parte come il risultato della continua pressione concorrenziale. L'evoluzione delle offerte commerciali, progressivamente focalizzate sul *bundle* di servizi (voce, dati, IPTV), fa sì che la componente di fonia vocale per chiamate verso numerazioni di rete fissa nazionale sia sempre più considerata come una *commodity*.

Allo stesso tempo, prosegue il processo di migrazione verso numerazioni mobili, fenomeno che interessa, in particolare, i collegamenti su rete fissa delle "secondo case". Si stima che le famiglie italiane che dispongono di una seconda linea telefonica nel 2006 rappresentano il 2,6% del totale, valore che si confronta con il 5,4% dell'anno precedente.<sup>15</sup>

Il fenomeno di sostituzione delle linee fisse con quelle mobili riguarda anche le "prime case", e nel complesso si stima che a fine 2006 siano diminuite del 12%, rispetto al 2005, le case dotate di linea fissa, mentre sono aumentate del 13% le abitazioni i cui residenti fanno ricorso alla sola telefonia cellulare.<sup>16</sup>

Contemporaneamente, si manifesta un processo di sostituzione dei ricavi su rete commutata con quelli da servizi a larga banda, cresciuti nell'ultimo anno di oltre il 16%.

Gli accessi a banda larga in Italia mostrano ancora una significativa presenza della componente tariffaria a consumo, che ha fornito un importante stimolo alla diffusione della banda larga sul mercato residenziale, e continua a rappresentare "un invito alla prova". A fine 2006, infatti, gli accessi a consumo rappresentano ancora circa il 40% del totale, anche se è in atto un processo di progressiva migrazione degli utenti a consumo verso profili tariffari *flat* (in particolare per Telecom Italia che ha aveva fino all'ultimo anno una base clienti prevalentemente a consumo). Da notare comunque come mentre il prezzo sia sceso in modo sensibile negli ultimi anni (specie se riferito alle prestazioni), il costo del minuto di connessione a consumo ha presentato delle dinamiche molto più contenute.

Il progressivo diffondersi delle offerte "flat", che hanno raggiunto alla fine del 2006 il 60% degli abbonamenti complessivi, unitamente ad un progressivo innalzamento delle velocità per le offerte "entry level", giunte ormai a 2-4Mbp/s, hanno prodotto una crescita dei ricavi da canoni del 25% (che ormai rappresentano poco meno dell'80% dei ricavi complessivi da servizi *broadband*), mentre tendono a ridursi gli introiti direttamente connessi con la fruizione di servizi a consumo. Questo fenomeno tende ad allineare l'Italia alla struttura dei consumi dei principali paesi europei.

La progressiva diffusione dei servizi a larga banda sta producendo anche un cambiamento della struttura dei volumi di traffico su rete commutata (tabella 1.6): nel 2006, si stima in poco meno del 6% la contrazione del traffico commutato complessivo.

In particolare, i dati disaggregati per tipologia di traffico evidenziano che, mentre il traffico per fonia vocale<sup>17</sup> mostra una flessione contenuta (-2,1%), a indicazione di una tendenziale stabilità dovuta alla maturità del servizio, e la telefonia pubblica è oggetto di una progressiva marginalizzazione connessa all'effetto di sostituzione con la telefonia mobile, il traffico da accesso ad internet in banda stretta (*dial up*) subisce una più rilevante riduzione, pari a circa il 16%, per effetto del passaggio a servizi a larga banda.

<sup>15</sup> Fonte: Rapporto E-Family 2007, pag. 29.

<sup>16</sup> Fonte: Eurobarometro.

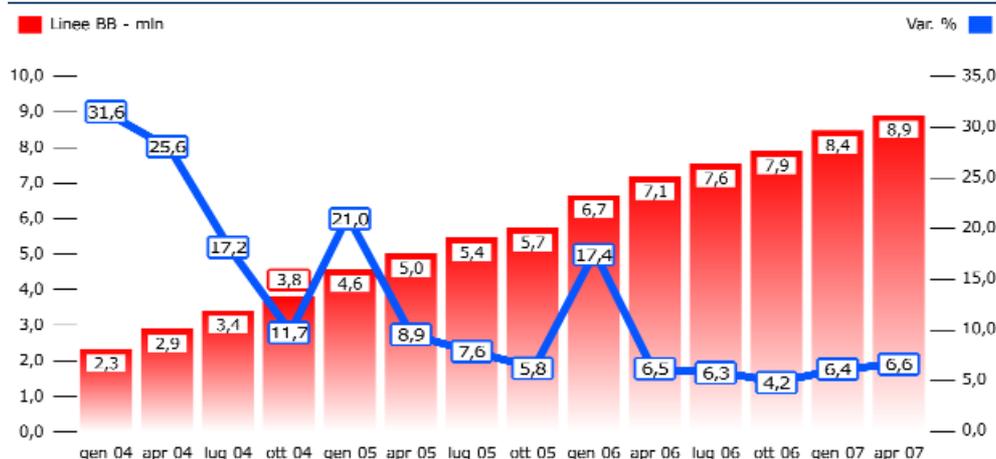
<sup>17</sup> Calcolato sulle chiamate verso numerazioni nazionali (locali e interdistrettuali), internazionali e mobili.

**Tabella 1.6.** Traffico su rete fissa per direttrice (miliardi di minuti)

	2005	2006	Var % 06/05
Locale	56,2	54,4	-3,3
Internet dial up	38,2	32,1	-15,8
Nazionale	26,8	27,2	1,5
Internazionale	9,5	9,1	-5,1
Reti mobili	17,3	16,9	-2,0
Telefonia pubblica	0,8	0,6	-20,0
Totale	148,8	140,3	-5,7

Fonte: elaborazione Autorità su dati aziendali

Ed, infatti, gli accessi *broadband* sono decisamente cresciuti nel corso dell'ultimo anno, raggiungendo, a fine 2006, gli 8,4 milioni. Di questi, circa l'80% sono rappresentati da clientela residenziale, mentre la restante parte è riferibile ad utenza affari e pubblica amministrazione (figura 1.37).

**Figura 1.37.** Accessi a larga banda su rete fissa (milioni e var %)

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Il primo trimestre del 2007 mostra un'ulteriore crescita di circa 550.000 accessi (portando la base clienti a circa 9 milioni), risultato quest'ultimo che fornisce diverse indicazioni (tabella 1.7).

**Tabella 1.7.** Accessi a banda larga attivati (milioni)

	Attivazioni annue	Attivazioni 1° trimestre
2004	2,3	0,59
2005	2,1	0,41
2006	1,7	0,43
2007	-	0,55

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Il recupero del nostro Paese rispetto ai principali paesi europei ha conosciuto una fase particolarmente dinamica fino all'inizio del 2005 che ha in parte interessato anche il 2006, mentre successivamente la diffusione della larga banda è proceduta con ritmi più contenuti, quasi a testimoniare che – anche per la larga banda – non sia molto lontano il momento di “sostanziale” saturazione della clientela interessata ai servizi a larga banda.

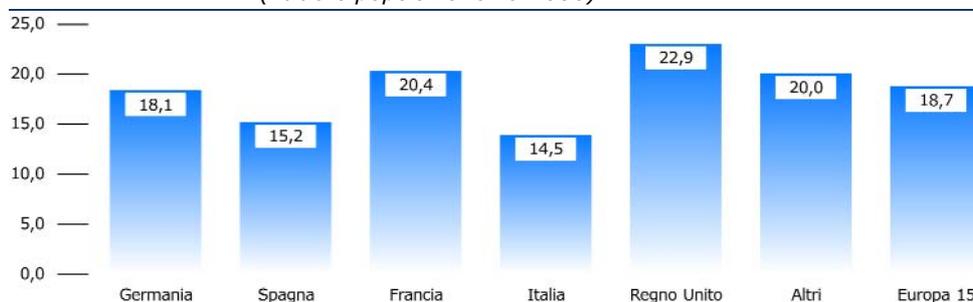
Mentre le attivazioni annue nel triennio 2004-2006 (tabella 1.7) hanno evidenziato un andamento declinante, l'esame dei risultati relativi al primo trimestre dell'anno, pur rimanendo al di sotto del dato del 2004 (quasi 600.000 attivazioni), sembrerebbe far emergere una “ripresa” delle attivazioni rispetto a quanto fatto registrare nei due anni precedenti.

Occorre tuttavia sottolineare che tale risultato resta sostanzialmente stabile rispetto alla progressione in valore assoluto fatta segnare nei trimestri immediatamente precedenti.

Di conseguenza, l'andamento della diffusione dei servizi a larga banda potrebbe essere letto anche nel senso di un primo segnale del prossimo raggiungimento del limite strutturale, al momento, alla crescita del mercato.

Peraltro, tale limite appare situarsi ben al di sotto della media europea (figura 1.38). Infatti, nonostante il sostenuto tasso di crescita degli ultimi anni, l'Italia non è riuscita a colmare il divario, in termini di diffusione dei servizi *broadband* in rapporto alla popolazione residente, che la separa dai maggiori paesi europei.

**Figura 1.38.** Accessi a larga banda su rete fissa in Europa (% della popolazione nel 2006)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Commissione europea

Lo sviluppo della larga banda e dei servizi ad essa connessi è schematicamente legato a due ordini di variabili. Il primo, è riferibile ad elementi quali la disponibilità e la copertura territoriale del servizio (ADSL, essenzialmente), la capacità di banda ed i prezzi (tutti fattori connessi alla struttura dell'offerta), mentre il secondo è legato ad elementi che caratterizzano maggiormente la struttura della domanda.

Con riguardo ai problemi relativi alla copertura territoriale, nel periodo 2002-2006 si osserva una marcata crescita, dal 63% all'89%, in termini di “potenziale accessibilità” della popolazione italiana ai servizi a larga banda<sup>18</sup>. Tuttavia, la variabilità nei tassi di copertura mostra accentuate differenze se si considerano le dimensioni delle classi

<sup>18</sup> Fonte: *Between*, “Osservatorio sulla larga banda”.

di comuni di riferimento. Infatti, i grandi comuni e le aree metropolitane, costituite da zone del territorio che, per la loro struttura morfologica, sono più facilmente raggiungibili dalle infrastrutture anche sostenendo un minore costo unitario, registrano coperture pressoché complete, con valori pari o superiori al 95% (come i comuni superiori a 10.000 abitanti), mentre i comuni di dimensioni più contenute risultano coperti mediamente in misura inferiore al 40%.

Permane dunque una significativa quota della popolazione italiana che non ha attualmente accesso, nemmeno potenzialmente, al servizio: sono valutabili in circa 6,5 milioni gli italiani che risiedono in zone di "digital divide infrastrutturale".

A tale proposito, si può distinguere tra *digital divide* di lungo periodo e di breve periodo. Nel primo caso, la centrale locale a cui è collegato l'utente è sprovvista sia dei DSLAM (*Digital Subscriber Line Multiplexer*), che sono apparati in grado elaborare segnali digitali dai doppiini raggruppandoli, con una tecnica di commutazione, in un canale di comunicazione di gerarchia maggiore nella struttura della rete di telecomunicazione, che dei collegamenti in fibra ottica tra la centrale locale e quella di rango superiore di Telecom Italia (stadio di linea), mentre nel secondo caso la posa della fibra ottica è già stata effettuata. Si evidenzia come l'ADSL sia, da sempre, la tecnologia dominante in Italia, con una crescita nel tempo del proprio peso, arrivato nel 2006, al 97% (tabella 1.8).

**Tabella 1.8.** Accessi a larga banda per tipologia (%)

	DSL *	Fibra	Altro	Totale
2003	93,4	6,4	0,2	100,0
2004	95,9	4,0	0,1	100,0
2005	96,8	3,1	0,1	100,0
2006	97,2	2,7	0,1	100,0
marzo 07	97,3	2,6	0,1	100,0

\* ADSL ed altro (HDSL in particolare)

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Tale percentuale, largamente superiore alla media europea (pari all'82%), deriva dall'assenza, in Italia, di infrastrutture alternative a quella in rame dell'ex-monopolista e dimostra, anche in previsione del futuro sviluppo dei servizi innovativi a larga e larghissima banda, la dipendenza dell'intero settore nazionale dalla rete di accesso dell'*incumbent*.

Per le aree caratterizzate dall'assenza di copertura dell'ADSL, crescente attenzione viene rivolta alle tecnologie radio. Da un lato, gli *hot spot* Wi-Fi - grazie anche ad un particolare dinamismo di comuni e province del centro-nord in tema di predisposizione di appositi bandi per la realizzazione di infrastrutture - hanno superato, a fine marzo 2007, le 2.000 unità. Dall'altro lato, dopo l'accordo raggiunto tra il Ministero delle comunicazioni ed il Ministero della difesa, saranno presto messe a bando, secondo il Regolamento recentemente emanato dall'Autorità, le licenze nella banda di frequenza a 3,5 GHz, per le tecnologie di accesso radio a larga banda (*Broadband Wireless Access*), tra cui il WiMax.

Sul piano della capacità trasmissiva, l'evoluzione tecnologica ha consentito nel tempo un consistente miglioramento delle prestazioni: a fine 2006, circa il 30% dei collegamenti si caratterizza per velocità pari o superiori ai 2 Mbit/s, valore che a fine 2004

risultava di poco superiore al 15 %; inoltre, il 65% degli accessi attivati nell'anno appena trascorso ha una velocità di almeno 2Mbps.

Quanto ai prezzi, questi hanno seguito, nel periodo dal 2002 al 2006, un percorso di sensibile contrazione, pari al 50% del costo mensile delle offerte *flat* base dei principali operatori presenti sul mercato, ed all'80% del costo mensile del *download* di 100 Kbps.

A questo riguardo, occorre peraltro evidenziare che, tra gli ostacoli all'adozione della larga banda, il prezzo dei servizi, che pure ha un impatto significativo sulle scelte di consumo, non sembra rappresentare la variabile più rilevante. Infatti, un'analisi recentemente condotta dall'ISTAT su un campione di 69.000 famiglie indica che i principali fattori inibitori all'utilizzo del *broadband* risultano la percezione di sostanziale inutilità di tali servizi (40%) e l'assenza di capacità di utilizzo del *personal computer* (32%). In second'ordine, vengono i fattori di prezzo, ossia il costo per gli strumenti necessari per connettersi ed il costo del collegamento (18% complessivo). Nel 12% delle famiglie viene inoltre sottolineato come la disponibilità di accesso a internet da un altro luogo (tipicamente quello lavorativo) rappresenti il fattore che principalmente spiega l'assenza di un collegamento domestico.

Un ruolo centrale tra le determinanti della (bassa) crescita della larga banda in Italia, sembra essere rappresentato, almeno per il segmento residenziale, dalla scarsa alfabetizzazione informatica delle famiglie. Allo stesso tempo, emerge una stretta correlazione tra la dotazione di *computer* domestici e la presenza di adolescenti (il 50% delle famiglie rappresentate da coppie con due o più figli è dotato di un collegamento *broadband*).

Difatti, se si guarda al rapporto tra accessi *broadband* e famiglie dotate di *personal computer*, il confronto con gli altri paesi europei vede l'Italia – con un valore intorno al 30% - prossima ai risultati ottenuti dalle principali nazioni (che si posizionano intorno al 35%).

Considerando invece la penetrazione della larga banda in rapporto agli individui in grado di utilizzare un *personal computer*, l'Italia, con un valore intorno al 30-35%, si pone a ridosso dei paesi che ottengono lo *score* migliore (Francia, Paesi Bassi e Danimarca).

Di conseguenza, il ritardo italiano nella spesa in informatica (tabella 8), con un valore inferiore di oltre il 40% rispetto alla media europea, rappresenta un elemento strutturale che condiziona negativamente la diffusione dei servizi *broadband*. Analogo discorso vale per il tasso di diffusione dei *personal computer*, che risulta essere inferiore di oltre il 25% rispetto alla media europea.

**Tabella 1.9.** Risorse e dotazioni informatiche in Europa

	<b>Spesa procapite in informatica nel 2006 (EU15=100)</b>	<b>Personal computer per 100 abitanti nel 2005 (EU15=100)</b>
EU 15	100	100
Regno Unito	143	143
Francia	119	111
Germania	106	123
Italia	57	74
Spagna	45	69

Fonte: elaborazioni Autorità su dati EITO, 2007

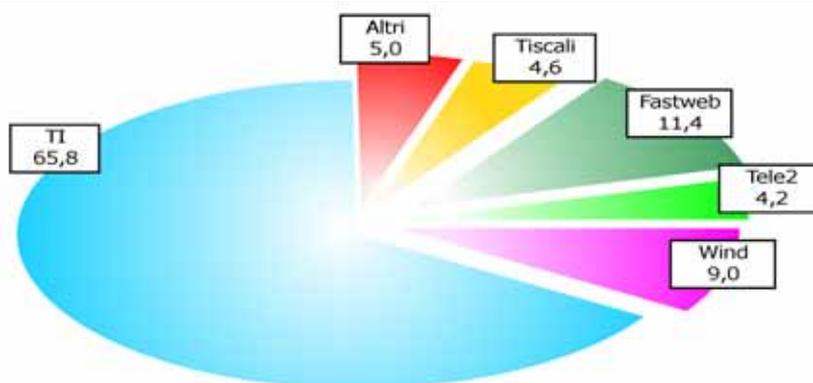
Sempre con riferimento alla struttura della domanda, le imprese e la pubblica amministrazione rappresentano poco meno del 20% degli accessi *broadband* presenti in Italia. Anche in questo caso, le caratteristiche strutturali rivestono un ruolo non secondario nella diffusione dei servizi. In particolare, il frammentato tessuto produttivo italiano – (la dimensione media delle imprese italiane è inferiore di circa il 45% a quella della media UE25)<sup>19</sup> - non favorisce la penetrazione del *broadband*. Infatti, come era da attendersi, all'aumentare della dimensione aziendale vi è un incremento dell'adozione del servizio e quindi un tendenziale allineamento agli standard europei: per le micro-aziende (1-2 addetti) il tasso di penetrazione della larga banda è basso e pari al 30% (percentuale analoga a quella del segmento residenziale), mentre per quelle con più di 10 dipendenti tale valore cresce al 70%, avvicinandosi a quello medio europeo (pari al 75%).

**Figura 1.39.** Evoluzione delle quote di mercato di Telecom Italia (% linee attivate)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

**Figura 1.40.** Accessi a larga banda su rete fissa per operatore (marzo 2007 in %)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

L'assetto del mercato nazionale dei servizi a larga banda è caratterizzato da luci ed ombre. Da un lato, l'andamento delle quote di mercato (figure 1.39 e 1.40) evidenzia un processo di affermazione dei nuovi operatori, con la posizione di Telecom Ita-

<sup>19</sup> Istat, Rapporto Annuale 2005.

lia che è stata gradualmente erosa (circa dieci punti percentuali nell'ultimo triennio), ma rimane alquanto elevata nel contesto europeo. Allo stato attuale, a fronte di una quota di Telecom Italia di poco superiore al 65%, sono presenti due operatori (Wind e Fastweb) con una percentuale, in crescita, che si aggira intorno al 10% ciascuno, ed altri due operatori (Tiscali e Tele2) che detengono congiuntamente un ulteriore 10% del mercato.

Tale situazione infrastrutturale appare tanto più critica in quanto il settore necessita, in prospettiva, di una sempre maggiore capacità trasmissiva da veicolare agli utenti finali. In tal senso, vanno interpretate le strategie degli operatori in tema di offerta di contenuti audiovisivi.

In particolare, Fastweb ha proceduto ad un arricchimento dei contenuti *free* ed a pagamento ed ha sottoscritto un accordo con Sky Italia che consente, oltre la commercializzazione di eventi "premium", anche la fornitura di un più ampio pacchetto di contenuti (cd. "pacchetto Mondo").

Telecom Italia ha recentemente formalizzato un accordo con NewsCorp, in base al quale può diffondere sulla propria piattaforma IPTV alcuni film della 20th Century Fox (titoli recenti e *library*). Un secondo accordo è stato successivamente siglato con Sony Pictures Television International per la trasmissione dei relativi contenuti su Alice Home TV e sul portale *broadband* Rosso Alice. Telecom Italia può inoltre trasmettere in esclusiva quattro canali internazionali prodotti da MTV, ed ha infine lanciato la nuova piattaforma multimediale "QOOB TV", caratterizzata da contenuti disponibili su varie piattaforme trasmissive: il digitale terrestre, internet e la telefonia mobile di terza generazione.

Tiscali, dopo l'acquisto di Video Networks, un IPTV *provider* britannico, integrerà, entro l'estate, i servizi offerti sul proprio portale con l'offerta di contenuti audio-video.

In termini di assetto concorrenziale del mercato, le tabelle che seguono ne sintetizzano il quadro al 2006. Nella tabella 1.10 sono indicate le quote di mercato, in termini di valore, con una ulteriore segmentazione per categoria di clientela (residenziale e affari). In generale, Telecom Italia conserva un elevato potere di mercato, con quote in diminuzione ma ancora superiori o attorno al 70%.

**Tabella 1.10.** Quote di mercato degli operatori sulla spesa degli utenti (%)

	Spesa utenti		di cui residenziale		di cui affari	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006
Telecom Italia	75,7	73,8	79,2	77,5	70,3	68,4
Wind	6,2	6,4	9,3	9,6	1,6	1,5
Fastweb	4,1	5,3	3,1	4,1	5,6	7,2
BT Italia	4,6	5,0	0,0	0,0	11,8	12,3
Tele 2	3,2	3,1	4,8	4,9	0,7	0,5
Tiscali	1,0	1,2	1,0	1,2	1,0	1,2
Altri	5,2	5,2	2,6	2,7	9,0	8,9
Totale %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (mld euro)	18,2	17,7	11,1	10,5	7,1	7,1

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Qualora si considerino separatamente i servizi su rete commutata ed a larga banda, scorporati dalla componente di accesso, ossia dai canoni di abbonamento, la

tabella 1.11 fornisce una sintesi dell'assetto di mercato. Ne emerge un quadro caratterizzato da una progressiva affermazione degli OLO, sia nei servizi tradizionali che in quelli a larga banda, anche se la quota di Telecom Italia rimane mediamente superiore al 60%.

Nella tabella 1.12 vengono fornite alcune indicazioni, oltre che relativamente alle quote di mercato riferite ai ricavi complessivi da servizi di telefonia vocale e da canoni di accesso, anche rispetto alle principali direttrici di traffico.

**Tabella 1.11.** Servizi finali su rete commutata e larga banda (quote in %)\*

	Servizi finali **		Fonia vocale***		Larga banda	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006
Telecom Italia	64,0	61,1	64,7	62,5	61,9	57,5
Wind	9,2	9,7	9,8	10,4	7,4	8,0
Fastweb	5,8	7,8	1,8	2,4	17,9	20,5
BT Italia	6,1	6,8	7,4	8,3	2,2	3,3
Tele 2	6,3	6,1	8,0	7,8	1,1	2,0
Tiscali	1,1	1,2	1,5	1,6	0,0	0,4
Altri	7,6	7,3	6,9	7,0	9,5	8,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (mld euro)	9,2	8,8	6,9	6,2	2,3	2,6

\* Le quote di mercato relative al 2005, (così come per i valori indicati nella successiva tabella 1.1) a causa di alcune variazioni nelle metodologie di calcolo operate dalle imprese, di riclassificazioni e in altri casi per mutati perimetri di attività, non sono confrontabili con i corrispondenti valori presentati nella scorsa Relazione al Parlamento. Inoltre, a differenza dello scorso anno, le quote di mercato sono calcolate sull'intero mercato e non, come in passato, sui risultati aggregati dei dati forniti dalle principali imprese del settore. I ricavi da servizi su rete commutata includono traffico vocale locale, nazionale, internazionale, internet dial up, fisso-mobile e ricavi netti da chiamate verso numerazioni non geografiche. I ricavi da servizi a larga banda includono canoni e servizi a consumo voce e dati.

\*\* Esclusi canoni da accesso.

\*\*\*Inclusi ricavi da chiamate internet dial up e introiti netti da chiamate verso numerazioni non geografiche

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

**Tabella 1.12.** Quote di mercato nella fonia vocale (%)

	Accesso + Fonia		Locale		Nazionale		Internazionale		Fisso-Mobile	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006
Telecom Italia	76,2	75,0	70,8	70,1	70,9	71,4	45,5	39,0	63,7	62,8
Wind	6,0	6,2	11,3	12,1	9,6	9,7	8,2	10,2	10,9	11,4
Fastweb	2,9	3,7	0,6	0,8	0,7	0,9	2,5	2,9	2,7	3,7
BT Italia	4,5	4,8	2,1	1,7	6,6	4,5	16,0	20,5	6,9	6,9
Tele 2	4,8	4,6	9,5	9,2	7,3	8,7	6,8	6,3	9,1	8,5
Tiscali	1,4	1,6	0,4	0,4	0,3	0,5	0,2	0,2	0,5	0,6
Altri	4,3	4,2	5,4	5,7	4,6	4,3	20,9	20,9	6,3	6,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (mld euro)	11,4	10,7	1,2	1,1	1,2	1,1	0,7	0,7	3,1	2,8

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Dal confronto delle risultanze delle tabelle 1.11 e 1.12, si può comprendere il peso che ancora riveste il segmento dell'accesso nel determinare gli esiti del gioco competitivo del settore. Nella tabella 1.13 si è proceduto ad analizzare separatamente tale ambito di mercato: in essa vengono riportati l'evoluzione degli accessi da rete fissa in Italia e la quota di mercato, in volume, di Telecom Italia.

**Tabella 1.13.** Accessi fisici alla rete fissa (in migliaia)

	2005	2006	marzo 2007
Accessi Telecom Italia	21.725	20.540	20.293
Accessi OLO	1.468	2.268	2.597
Full Unbundling	1.117	1.706	1.989
Shared access	141	329	368
Fibra	210	233	240
Accessi complessivi*	23.052	22.479	22.522
Quota Telecom Italia (%)	94,2	91,4	90,1

\* Al netto dello shared access, già conteggiato negli accessi di Telecom Italia.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Nonostante l'indiscutibile successo di strumenti regolamentari quali l'*unbundling* (ULL) – in Italia oggi si contano circa 2 milioni di linee attive in modalità ULL<sup>20</sup> - che hanno avuto l'effetto di guidare il mercato verso un tipo di competizione infrastrutturata<sup>21</sup> e quindi più solida nel lungo periodo<sup>22</sup>, il mercato dell'accesso è ancora caratterizzato da una posizione di quasi monopolio di Telecom Italia, con una quota di mercato di poco inferiore al 90%. In virtù dell'insieme delle precedenti considerazioni, la rete di accesso appare rappresentare, anche in prospettiva, un collo di bottiglia durevole. In tal senso, l'Autorità, con delibera n.208/07/CONS, ha recentemente avviato una consultazione pubblica volta ad individuare i necessari correttivi regolamentari, anche attraverso l'eventuale separazione funzionale della rete di accesso dell'*incumbent*, nell'attuale fase di transizione verso le reti di nuova generazione.

### Rete mobile

Anche nello scorso anno, il mercato mobile italiano ha mostrato un sensibile dinamismo e, con un aumento del 5,5%, la spesa dell'utenza finale ha raggiunto i 17 miliardi di euro (tabella 1.14), mentre le linee attive hanno superato gli 80 milioni, segnando un incremento di oltre il 12% sulla consistenza registrata a fine 2005.

Tra le diverse componenti di ricavo, i servizi voce, che rappresentano il 65% degli introiti, crescono in misura assai inferiore alla componente dati, mentre i ricavi deri-

<sup>20</sup> Ai due milioni di linee full unbundling, vanno aggiunti i 368.000 accessi shared access e - inoltre - altre 600.000 linee per Virtual Unbundling e Naked Adsl, per un totale di poco superiore ai tre milioni di linee.

<sup>21</sup> Allo stato attuale, due operatori (Wind e Fastweb) possono contare su più di 1 milione di clienti ciascuno raggiunti direttamente da tali società.

<sup>22</sup> In tal senso deve essere letta la contrazione di strumenti di pura rivendita quali i servizi di CPS (Carrier Pre Selection), che complessivamente nel 2006 sono diminuiti di 255.000 unità, e di ulteriori 190.000 unità nel primo trimestre del 2007, per arrivare ad una consistenza di poco superiore ai 3,6 milioni di linee.

vanti dalla vendita di terminali ed accessori, largamente rappresentativi della voce "altri ricavi", risultano sostanzialmente stabili.

**Tabella 1.14.** Ricavi nella rete mobile per tipologia di servizi \*

	2005		2006		Var % 06/05
	mld euro	%	mld euro	%	
Servizi voce	10,8	66,7	11,2	65,5	3,7
Servizi dati	3,2	19,8	3,8	22,2	18,8
Altri ricavi	2,2	13,5	2,1	12,3	-4,5
Totale	16,2	100,0	17,1	100,0	5,6

\* I ricavi (in termini di spesa degli utenti) da servizi voce includono gli introiti da servizi di ricarica delle linee prepagate, da chiamate vocali verso numeri mobili on net e off net e verso numerazioni fisse, e da servizi a numerazione non geografica. I ricavi da servizi dati includono SMS, MMS, servizi video e di mobile TV (DVB-H), ed altri servizi dati non dettagliatamente indicati. Gli "altri ricavi" includono ricavi da vendita /noleggio di terminali, apparati, accessori e da tutte le altre categorie di ricavo non espressamente considerate in precedenza.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

**Tabella 1.15.** Ricavi da servizi voce per direttrice

	2005		2006		Var % 06/05
	mld euro	%	mld euro	%	
Rete mobile	7,7	71,9	8,1	72,2	5,2
on net	3,9	36,5	4,0	35,9	2,6
off net	3,8	35,4	4,1	36,3	7,9
Rete fissa	2,3	21,3	2,1	18,8	-8,7
Reti internazionali	0,8	6,8	1,0	9,0	25,0
Totale	10,8	100,0	11,2	100,0	3,7

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

**Tabella 1.16.** Ricavi da servizi dati per tipologia

	2005		2006		Var % 06/05
	mld euro	%	mld euro	%	
SMS	2,3	73,5	2,5	66,9	8,7
MMS e altri dati	0,9	26,5	1,3	33,1	44,4
Totale	3,2	100,0	3,8	100,0	18,7

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

L'analisi in dettaglio dell'andamento del fatturato da servizi voce e dati (tabelle 1.15 e 1.16) evidenzia in primo luogo, come i ricavi da servizi voce siano prevalentemente legati alla direttrice mobile-mobile che, nel 2006, mostra un apprezzabile aumento della componente "off net" (e dove, corrispondentemente, il traffico cresce di quasi il 18%), in parte dovuto all'aumentata base utenti dell'operatore neo-entrante H3G<sup>23</sup>.

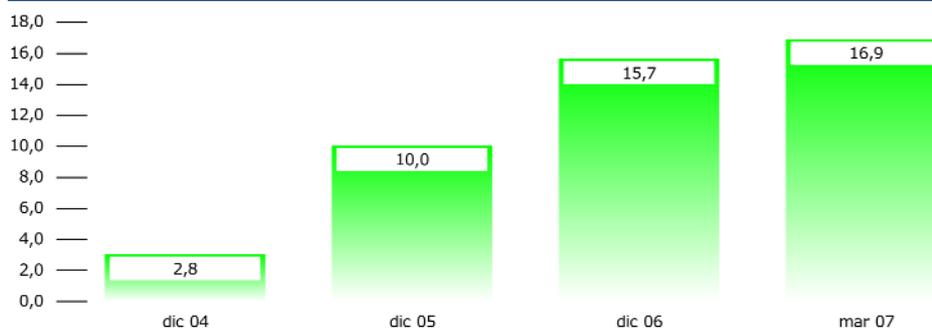
<sup>23</sup> L'aumento del 30% delle linee attive di H3G - largamente superiore alla media del mercato - incrementa significativamente la probabilità che una comunicazione effettuata da uno dei clienti degli altri operatori termini sulla rete di H3G.

In secondo luogo, la sostanziale stabilità dei ricavi *on net* può essere considerata il risultato delle strategie commerciali attuate dagli operatori, volte ad una maggiore fidelizzazione della propria clientela attraverso, anche, l'offerta di condizioni economiche favorevoli per i servizi vocali fruiti sulla propria rete.

Tra i ricavi da servizi dati, rappresentati per oltre due terzi dai tradizionali SMS, emerge una consistente crescita della componente maggiormente evoluta ed innovativa, legata innanzitutto alla connettività ad internet. Ciò è stato determinato anche da una riduzione dei prezzi reali, dovuta al fatto che gli operatori, pur lasciando invariato il canone di accesso, hanno aumentato la quantità di traffico ivi inclusa.

Nel corso dell'anno, gli operatori hanno incoraggiato la diffusione di nuovi terminali in abbinamento alle proprie proposte di servizi vocali. Tali strategie hanno favorito la diffusione di terminali più avanzati in grado di supportare i servizi innovativi, come quelli di televisione in mobilità (diffusi attraverso lo standard DVB-H) e quelli legati al mondo internet (in particolare, il servizio di *e-mail* e *instant messaging*).

**Figura 1.41.** Diffusione dell'UMTS (user in milioni)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Ciò ha prodotto importanti risultati in termini di penetrazione dei servizi di terza generazione: si stima che i clienti UMTS nel 2006 siano passati da 9 a 15,5 milioni per sfiorare i 17 milioni a fine marzo 2007 (figura 1.41). Tale crescita (che porta in un anno la quota di utilizzatori di servizi UMTS dal 14% al 20% delle linee complessive) contribuisce in misura consistente alla crescita dei servizi dati avanzati e pone l'Italia all'avanguardia nel mondo per diffusione del servizio.

In questo quadro di espansione dei servizi innovativi, si rafforzano le *partnership* tra operatori mobili ed imprese che offrono servizi nell'ambito del *World Wide Web* quali Skype, Yahoo, Google, Ebay per integrare la telefonia cellulare e l'"ambiente" internet, lungo la seguente filiera: modalità trasmissiva -> ottimizzazione della navigazione -> disponibilità e fruizione di servizi. Allo stesso tempo, gli operatori mobili dedicano crescenti risorse all'identificazione di nuovi modelli di *business* per contenuti video, ad integrazione dell'attuale offerta, prevalentemente riferibili ai canali *free* di Mediaset e Rai ed a quelli a pagamento di Sky Italia.

Al fine di facilitare la trasmissione dei contenuti audiovisivi, i gestori sono anche impegnati nello sviluppo di standard tecnologici che aggiornano e potenziano le prestazioni dell'UMTS, quali in particolare l'HSDPA (*High Speed Download Packet*

Access), che secondo alcune stime in pochi mesi ha raggiunto un peso del 30-40% dell'intero traffico dati, quest'ultimo in aumento - in termini di volumi - di circa il 50% nell'ultimo anno. Il contesto di mercato ha, altresì, segnato una lieve inversione di tendenza nella ripartizione delle modalità di pagamento dei servizi. Anche se in una cornice che vede il complesso delle linee attive "prepagate" rappresentare, in diminuzione di circa l'1,7%, ancora l'89% del totale, i clienti "in abbonamento" sono aumentati significativamente, del 34%, raggiungendo a fine anno gli 8,7 milioni.

Passando ad analizzare l'evoluzione del quadro competitivo (tabella 1.17 e 1.18), con riguardo alla ripartizione dei ricavi derivanti dalla spesa degli utenti per i servizi finali e delle linee attive, si osserva un aumento della quota degli operatori neo-entranti: Wind, che nel 2006 è risultato essere l'unico gestore ad aver registrato un incremento dell'ARPU (*Average Revenue Per User*), e H3G.

Ciò ovviamente a scapito degli *incumbents* TIM e, soprattutto, Vodafone. Tuttavia, mentre Wind vede un'affermazione in termini di valore a fronte di una diminuzione della quota in volume (evoluzione che ne ha determinato il rafforzamento dell'ARPU), H3G si afferma soprattutto relativamente alla base utenti.

**Tabella 1.17.** Quote di mercato nei servizi mobili (%)

	Ricavi utenti*		Linee attive	
	2005	2006	2005	2006
TIM	43,6	43,2	40,0	40,4
Vodafone	35,8	34,6	33,1	32,6
Wind	12,8	14,4	19,1	18,3
H3G	7,8	7,8	7,8	8,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
mld euro /mln linee	16,2	17,1	71,5	80,4

\* *Includono, oltre agli specifici ricavi da servizi voce e dati di cui alla successiva tabella 1.20, anche gli introiti da altri servizi accessori e, in particolare, quelli derivanti dalla vendita di apparati e terminali.*

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

**Tabella 1.18.** Linee mobili attivate nel 2006

	Mln	%
TIM	3,9	43,5
Vodafone	2,5	28,0
Wind	1,0	11,6
H3G	1,5	16,9
Totale	8,9	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Dal momento che la penetrazione delle linee mobili sulla popolazione è ormai a ridosso del 140%, appare evidente come l'incremento delle linee attive (poco meno di nove milioni nel 2006) riguardi prevalentemente seconde e terze utenze o promozioni di SIM a traffico prepagato di modesto importo.

Tale fenomeno contribuisce a comprimere apparentemente i corrispondenti valori di introito unitario, mediamente diminuiti del 6% (tabella 1.19).

**Tabella 1.19.** Ricavo annuo per linea (euro)\*

	2005	2006	Var %
Servizi finali	209	196	-6,3
di cui voce	161	147	-8,7
di cui dati	48	49	2,1

\* Valori calcolati sulle consistenze medie delle linee attive (semisomma delle consistenze a fine anno).

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Va quindi sottolineato come, con l'aumentare del numero delle SIM in circolazione, l'indicatore costituito dai ricavi unitari per linea tenda a perdere valenza informativa, se non a fornire indicazioni fuorvianti circa le delle effettive dinamiche economiche del settore. Se, da un lato, la crescita di seconde e terze utenze produce inevitabilmente una contrazione dei ricavi unitari, dall'altro lato, va tenuto conto della ormai sostanziale maturità del servizio in termini di numero di effettivi utilizzatori della telefonia cellulare. Stime condotte da studi di recente pubblicazione<sup>24</sup> portano a valutare in circa 50 milioni<sup>25</sup> gli italiani che effettivamente utilizzano, abitualmente o occasionalmente, i servizi di telefonia mobile.

Alla luce di tali considerazioni, si può più correttamente stimare che, per l'anno 2006, la spesa di un cliente residenziale per servizi mobili voce e dati sia stata nell'ordine di 250 euro, in aumento di oltre il 6% rispetto al 2005. Tali risultanze trovano riscontro, anche se indirettamente, con l'andamento dei consumi complessivi, dove il traffico vocale risulta in crescita mediamente del 12,7%, mentre gli SMS inviati mostrano un incremento di quasi il 17%<sup>26</sup>.

**Tabella 1.20.** Quote di mercato nei ricavi da servizi voce e dati (ricavi %)\*

	Servizi voce		Servizi dati		Voce + Dati	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006
TIM	43,3	40,6	40,6	42,7	42,6	41,1
Vodafone	38,8	38,1	35,8	33,3	38,2	36,8
Wind	13,2	15,7	13,2	13,3	13,2	15,1
H3G	4,7	5,6	10,4	10,7	6,0	7,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale miliardi di euro	10,8	11,2	3,2	3,8	14,0	15,0

\* Rispetto alla spesa degli utenti (cfr. tabella 1.17), nella tabella 1.20 sono riportate le quote relative ai soli servizi core dei gestori mobili (voce e dati), escludendo la voce "Altri ricavi" (cfr. tabella 1.14), ossia gli introiti derivanti dalla vendita di altri servizi e prodotti quali gli apparecchi, i terminali e gli accessori.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali. Le quote di mercato relative al 2005, a causa di alcune variazioni nelle metodologie di calcolo e di riclassificazioni operate dalle imprese, non sono confrontabili con i corrispondenti valori presentati nella scorsa Relazione al Parlamento

<sup>24</sup> Cfr. Istat, "Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione: disponibilità nelle famiglie e utilizzo degli individui", 2006 e Censis, "Sesto rapporto sulla comunicazione", 2006.

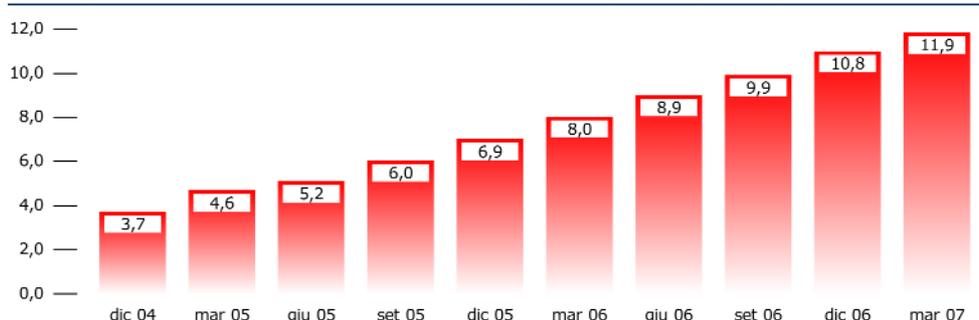
<sup>25</sup> Per una penetrazione pari all'85% della popolazione complessiva e al 95% di quella di età superiore a 10 anni.

<sup>26</sup> Valori riferiti alla clientela residenziale e affari.

Le indicazioni che provengono dall'esame delle quote relative ai soli servizi voce e dati (tabella 1.20) confermano il rafforzamento di Wind nei servizi vocali, mentre H3G, la cui offerta è maggiormente focalizzata sui servizi avanzati, registra una quota superiore al 10% nel segmento dati.

In un contesto di quasi saturazione del mercato (certamente in termini di diffusione delle linee ma non per le prospettive di crescita del comparto), gli operatori competono, soprattutto, per contendersi la clientela. In questa fase, si sta rilevando di grande importanza lo strumento della MNP (*Mobile Number Portability*), meccanismo che ha consentito (figura 1.42) a quasi 12 milioni di clienti di poter migrare da un gestore all'altro, senza perdere il proprio numero.

**Figura 1.42.** *Mobile Number Portability: linee portate (milioni)*



Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Ciò ha vivacizzato il processo concorrenziale, riducendo le barriere all'entrata e determinando le condizioni per i nuovi operatori di affermarsi sul mercato con le proprie offerte: si consideri che H3G è l'unico operatore ad avere un saldo positivo tra linee ricevute e donate, per oltre 1,6 milioni (tabella 1.21). Il raggiungimento del traguardo dei 12 milioni di linee portate pone l'Italia al secondo posto in Europa, per efficacia dello strumento.

**Tabella 1.21.** *Mobile Number Portability: distribuzione al 30 marzo 2007 (%)*

	Donante	Ricevente
H3G	8,6	22,8
TIM	37,1	32,7
Vodafone	28,7	25,6
Wind	25,6	18,9
Totale	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Come già anticipato, l'assetto competitivo del settore mobile italiano sta per essere arricchito dalla presenza dei c.d. operatori virtuali *Mobile Virtual Network Operator* (MVNO) e degli *Enhanced Service Provider* (ESP),<sup>27</sup> presenti da tempo negli altri contesti europei.

<sup>27</sup> L'ESP commercializza il servizio con il proprio marchio, ma la numerazione utilizzata appartiene all'operatore mobile fornitore dell'infrastruttura, mentre il MVNO è titolare anche degli archi di numerazione.

L'interesse di imprese non infrastrutturate riguarda, da una parte, gli attuali operatori di rete fissa e, dall'altra parte, imprese estranee al settore delle telecomunicazioni, ma che sono caratterizzate, generalmente, da una presenza capillare sul territorio.

Per gli operatori di rete fissa, l'impegno nel mercato mobile rappresenta una opportunità per ottenere sinergie ed integrazione con i servizi di rete già offerti. E' il caso dell'accordo siglato tra BT Italia e Vodafone in aprile, che consentirà all'operatore di rete fissa – specializzato nell'offerta di servizi alla clientela affari – di fornire soluzioni integrate fisso-mobile.

Per quanto riguarda, invece, le società attive in altri comparti, in particolare quelle operanti nella grande distribuzione, COOP Italia, che ha firmato un analogo accordo con Telecom Italia, offrirà il servizio definito "Coop Voce", con una strategia commerciale che sembra poggiare soprattutto sulla valorizzazione della capillare diffusione dei punti vendita (1.300 in Italia) e sull'integrazione con le cooperative associate ed i loro soci (6,5 milioni). Analogamente, Poste Italiane farà ingresso nel mercato con una strategia di integrazione con i propri servizi. Sarà ad esempio possibile, attraverso il terminale mobile, inviare telegrammi, pagare bollettini, oltre che fruire di servizi trasporto, attraverso il pagamento di biglietti di treno e tariffe taxi.

Appaiono tuttavia permanere alcune criticità per quanto riguarda la replicabilità di offerte integrate fisso-mobile da parte di operatori di rete fissa che hanno indotto l'Autorità a disciplinare le offerte di questo tipo promosse da Tim e Vodafone (delibera 713/06/CONS, cfr. più avanti, paragrafo 2.3) e, più di recente, ad avviare una nuova analisi del relativo mercato all'ingrosso (mercato n.15 della raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE)<sup>28</sup>.

In particolare, soltanto un accordo (quello relativo a BT Italia) riguarda un operatore di rete fissa.<sup>29</sup>

Inoltre, si è ritenuto che gli accordi stipulati consentiranno agli operatori che entrano nel mercato di disporre di un controllo parziale di alcuni elementi di rete e commerciali; pertanto, tali operatori incontreranno notevoli limitazioni nel proporre un'ampia articolazione delle proprie offerte finali (sia per i servizi tradizionali che per i servizi innovativi, sia per i servizi voce che per quelli dati).

Alla luce di tali considerazioni, gli operatori sprovvisti di risorse radio che, al momento, si accingono ad entrare sul mercato in virtù di tali accordi non appaiono ancora nelle condizioni di poter esercitare una rilevante pressione concorrenziale nei confronti dei gestori infrastrutturati, soprattutto in relazione alle offerte integrate fisso-mobile.

---

<sup>28</sup> Cfr. delibera n.168/07/CONS.

<sup>29</sup> Tale accordo coinvolge peraltro un'impresa attiva esclusivamente nell'offerta di servizi agli utenti affari e appare comunque essere stato facilitato dalla presenza internazionale dei due operatori coinvolti (gruppi BT e Vodafone) e dall'esistenza di accordi commerciali tra le parti in altri mercati europei.

## 1.2.2. La televisione

### La dimensione del mercato televisivo nel 2006

I valori relativi al 2005, a causa di alcune variazioni nelle metodologie e stime di calcolo operate dall'Autorità e dalle imprese, non sono direttamente confrontabili con i corrispondenti risultati mostrati nella Relazione al Parlamento dello scorso anno.

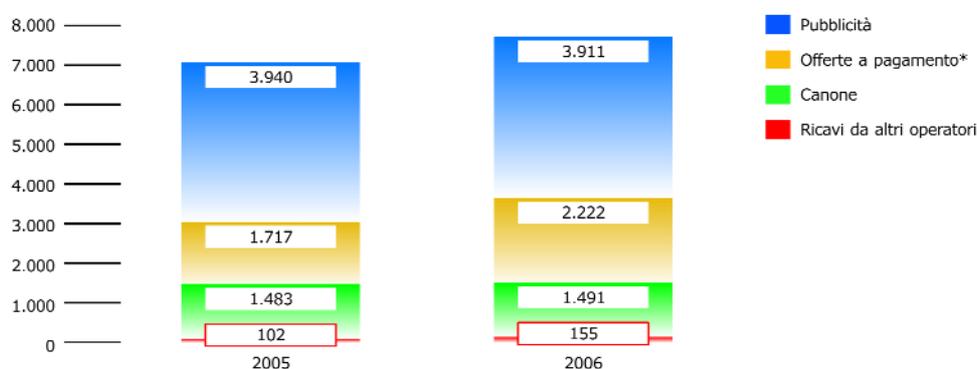
Più in particolare, le informazioni utilizzate facevano riferimento a quelle raccolte nell'ambito del processo di valorizzazione del Sistema Integrato delle Comunicazioni, mentre quelle richieste alle imprese per la presente Relazione al Parlamento, risultano, specificamente, coerenti con i dati utilizzati a fini della redazione dei bilanci civilistici.<sup>30</sup>

Nell'anno 2006, i ricavi delle emittenti<sup>31</sup> presenti nel settore televisivo (figura 1.43) crescono del 7,4%, raggiungendo i 7,8 miliardi di euro.

La pubblicità, che storicamente costituisce la maggior fonte di reddito delle imprese, nel 2006 registra una leggera flessione.

Sono dunque le offerte televisive a pagamento a trainare il mercato (+500 milioni di euro): esse superano in valore la soglia dei due miliardi di euro e hanno un tasso di crescita, nel 2006, vicino al 30%.

**Figura 1.43.** Ricavi nel settore televisivo (milioni di euro)



\* Pay tv e pay per view.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

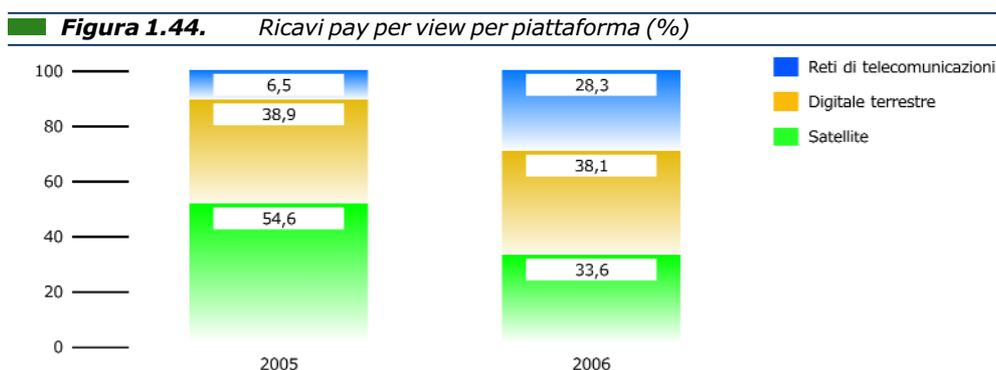
I ricavi delle offerte a pagamento derivano, in prevalenza, dalla vendita di abbonamenti, ma va segnalata anche la crescita dei ricavi derivanti dalla vendita di contenuti in modalità *pay-per-view* (130%).

<sup>30</sup> Cfr. delibera 341/06/CONS.

<sup>31</sup> È utile ricordare che il decreto legislativo n.177 del 31 luglio 2005, all'articolo 2, lettera d) e q) fornisce rispettivamente due distinte definizioni per "fornitore di contenuti" e "emittente televisiva". Mentre il primo fa riferimento a trasmissioni in tecnica digitale, la seconda è titolare di concessione o autorizzazione su frequenze terrestri in tecnica analogica.

L'andamento dei ricavi dei servizi a pagamento in *pay-per-view* (246 milioni nel 2006, in crescita del 130%) offre una misura concreta del processo di convergenza in atto fra le differenti piattaforme, grazie al quale gli utenti possono fruire dei contenuti audiovisivi attraverso una pluralità di piattaforme (figura 1.44).

Si evidenzia in tal senso la notevole crescita del ruolo delle piattaforme di telecomunicazioni nella distribuzione di ricavi in modalità *pay per view*, passati dal 6,5 ad oltre il 28% del totale.

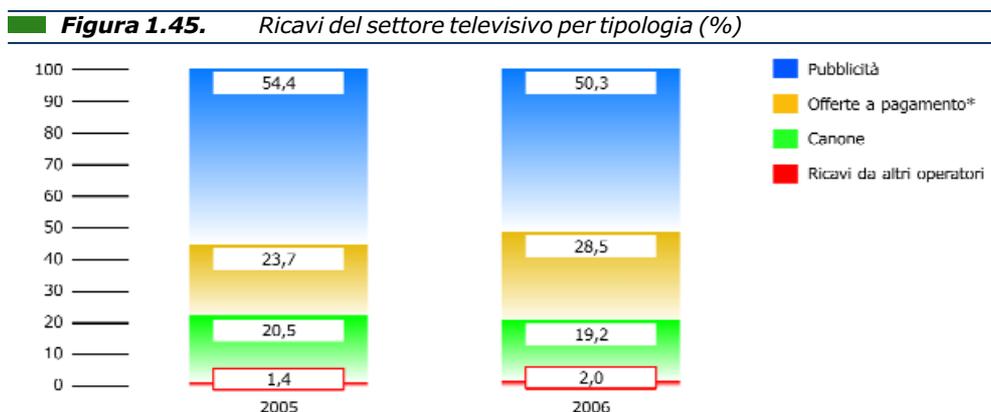


Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

I ricavi da raccolta pubblicitaria, nonostante la flessione, si confermano di gran lunga come la principale risorsa del mercato, contribuendo, anche se in diminuzione di quattro punti percentuali rispetto al 2005, per oltre 50% del totale (figura 1.45).

Il canone Rai, il cui valore rimane costante in termini nominali, continua a ridurre la propria incidenza sul totale delle risorse; il suo contributo, che è ormai stabilmente inferiore a quello delle offerte a pagamento si è attestato al di sotto della soglia del 20% delle risorse complessive del settore.

Infine, il valore delle offerte a pagamento è, come detto, in forte crescita, sfiorando il 29% nel 2006.



Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Passando all'analisi della posizione dei singoli operatori (tabella 1.22), Rai ed RTI presentano tassi di crescita prossimi allo zero, laddove il mercato è cresciuto del 7,4%; tale ultimo incremento è infatti dovuto in massima parte alle offerte televisive a pagamento. Di conseguenza, l'operatore che ha conseguito il più elevato tasso di crescita è Sky Italia, i cui ricavi da attività televisiva sono aumentati del 26,7%. Telecom Italia Media (editore delle reti La7 ed MTV) registra una crescita vicina al 15%, anche se la sua posizione di mercato rimane tuttora secondaria rispetto ai maggiori gruppi televisivi.

**Tabella 1.22.** Ricavi per operatore (milioni di euro)

	2005	2006	Var % 06/05
<b>Rai</b>	2.621	2.650	1,1
Canone	1.483	1.491	0,5
Pubblicità	1.121	1.133	1,1
Ricavi da altri operatori	17	26	52,9
<b>RTI</b>	2.312	2.286	-1,1
Pubblicità	2.228	2.149	-3,5
Offerte <i>pay</i>	36	84	133,3
Ricavi da altri operatori	48	53	10,4
<b>Sky Italia</b>	1.729	2.190	26,7
Pubblicità	76	128	68,1
Offerte <i>pay</i>	1.642	2.030	23,7
Ricavi da altri operatori	11	31	193,5
<b>Telecom Italia Media (La7/MTV)</b>	141	162	14,7
Pubblicità	128	129	0,7
Offerte <i>pay</i>	6	10	73,7
Ricavi da altri operatori*	7	22	234,5
<b>Altre emittenti</b>	439	491	11,8
Pubblicità	386	372	-3,7
Offerte <i>pay</i>	33	97	193,9
Ricavi da altri operatori	20	22	10,0
<b>Totale ricavi</b>	7.242	7.778	7,4

\* Ricavi da servizi e contenuti forniti ad altri operatori broadcasting e di telecomunicazioni

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

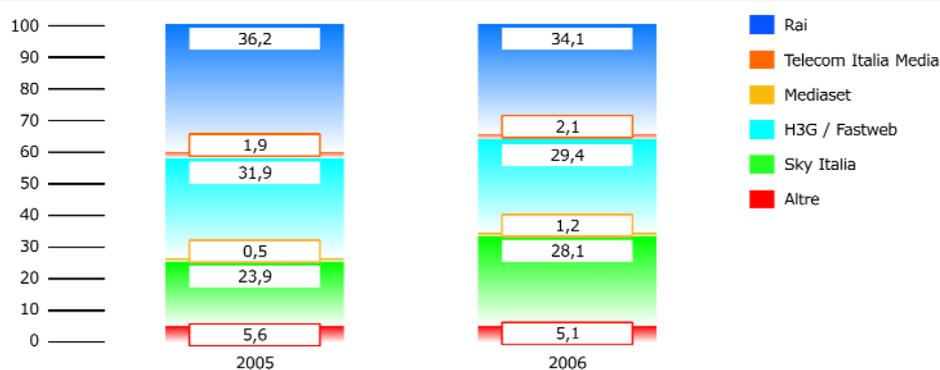
In maggior dettaglio, i dati evidenziano che la concessionaria del servizio pubblico si conferma nel 2006 il principale operatore del mercato in termini di ricavi complessivi. Purtuttavia, l'andamento dei ricavi, con una crescita dell'1,1%, in flessione rispetto a quanto mostrato l'anno precedente (1,5%), denota una scarsa dinamicità. In riferimento alle singole voci, i ricavi da canone sono stabili nel biennio, mentre i ricavi da pubblicità, nonostante la trasmissione nel 2006 di importanti eventi sportivi (quali i mondiali di calcio), crescono appena dell'1,1%.

Da segnalare l'andamento negativo di RTI i cui ricavi da attività tipica si attestano, nel 2006, ad un valore di 2.286 milioni di euro, con un decremento dell'1,1% rispetto all'anno precedente. Questa *performance* negativa è dovuta essenzialmente all'andamento della raccolta pubblicitaria, che flette del 3,5% in un anno. L'ingresso del gruppo Mediaset nel mercato delle offerte televisive a pagamento, avvenuto nel 2005, ha generato invece nel 2006 ricavi da programmi offerti in modalità *pay-*

*per-view* sulle reti digitali terrestri del valore di 84 milioni, rispetto ai 36 milioni di euro dell'anno precedente, con un tasso di crescita superiore al 130%. Tuttavia, questa fonte di ricavo appare ancora marginale, essendo pari al 4% del totale dei ricavi da attività tipica, e non ha quindi potuto compensare i minori introiti derivanti dalle inserzioni pubblicitarie. Sky Italia è, come detto, l'operatore con i maggiori tassi di crescita sia in termini percentuali (+27%), sia in valore assoluto (+461 milioni di euro). Nel dettaglio, il valore complessivo degli abbonamenti aumenta del 23,7% rispetto al dato 2005, mentre i ricavi da raccolta pubblicitaria crescono del 68%, attestandosi a 128 milioni di euro. Naturalmente, per una piattaforma televisiva a pagamento tale voce rimane ancora marginale rispetto al complesso dei ricavi. Infine, i ricavi televisivi del gruppo Telecom Italia Media crescono del 14% (nel 2005 aveva fatto registrare un incremento del 21%). Il risultato, come nel caso di RTI, sconta una stagnazione della raccolta pubblicitaria, bilanciata in parte da un aumento della redditività nelle altre aree della gestione caratteristica.

Con riferimento all'andamento delle quote nel settore televisivo (figura 1.46), la Rai rimane il principale operatore, con una percentuale del 34% sul complesso delle risorse. Tuttavia, in termini di *trend* la concessionaria del servizio pubblico prosegue l'andamento negativo, che, nell'arco temporale degli ultimi dieci anni, ha determinato la perdita del 12% di quota sul complesso delle risorse.

**Figura 1.46.** Ricavi del settore televisivo per operatore (%)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

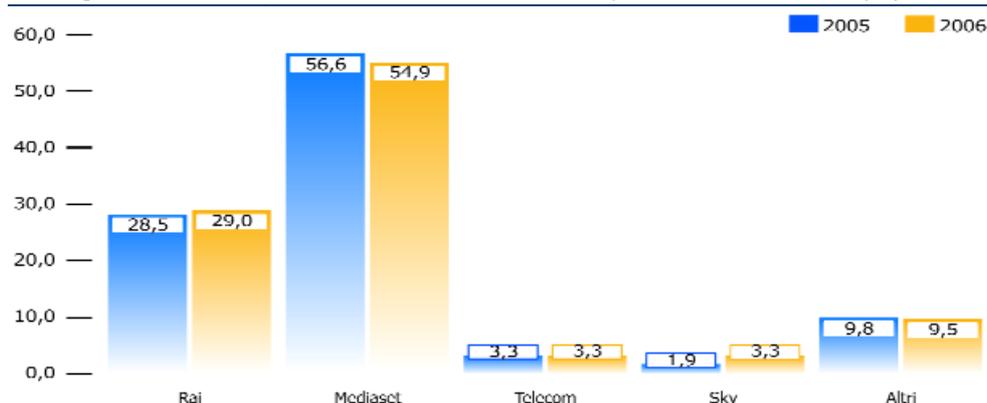
RTI si attesta leggermente al di sotto del 30%, con una perdita rispetto all'anno precedente del 2,5%. Le emittenti del gruppo Mediaset accusano dunque, nel 2006, una flessione superiore a quella della concessionaria pubblica, dalla quale - quindi - ora la separano quasi cinque punti di quota di mercato. Le nuove linee di *business*, con particolare riferimento alle offerte televisive a pagamento su piattaforma digitale terrestre, non sembrano in grado di compensare la contrazione subita nella raccolta pubblicitaria.

Sky Italia registra la maggiore crescita in termini di quota, raccogliendo il 28% delle risorse del settore con un incremento (4,3%) superiore anche a quanto fatto registrare nel 2005 (3,5%). Con riguardo alla *pay tv* satellitare, il periodo di "avviamento" di Sky Italia può quindi considerarsi concluso. A questo riguardo, si osserva che, dopo le perdite operative che hanno seguito l'impiego di ingenti risorse finanziarie per sviluppare il servizio in Italia e per razionalizzare le attività a seguito dell'acquisizione di

Stream-Telepiù, nei primi 9 mesi dell'anno fiscale 2006-2007<sup>31</sup> Sky Italia, per la prima volta, mostra un risultato operativo positivo.

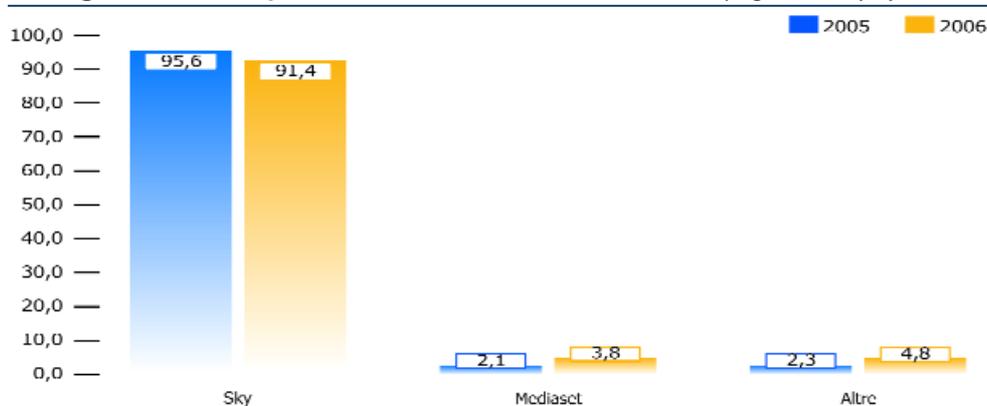
Come elemento di novità, si segnala l'ingresso di H3G in qualità di operatore che diffonde contenuti audiovisivi attraverso reti di telecomunicazione mobili, che sfiora l'1% delle risorse complessive del settore.

**Figura 1.47.** Quote nel mercato della raccolta pubblicitaria televisiva (%)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

**Figura 1.48.** Quote nel mercato delle offerte televisive a pagamento (%)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Segmentando il settore televisivo a seconda delle caratteristiche della domanda finale (inserzionisti da un lato, utenti dall'altro), le figure 1.47 e 1.48 presentano la struttura concorrenziale nei due principali ambiti di attività *retail*: il mercato della pubblicità televisiva e quello delle offerte a pagamento.

Come emerge dalle risultanze delle figure, i mercati televisivi sono caratterizzati da un elevato livello di concentrazione, con una quota del *leader* sempre superiore al 50%: nella pubblicità televisiva, RTI-Mediaset detiene circa il 54%, mentre nelle

<sup>31</sup> News Corporation approva il bilancio d'esercizio alla data del 30 giugno.

offerte televisive a pagamento Sky ha una quota ancora superiore al 90%. Tuttavia, in termini dinamici, tali mercati sono caratterizzati da segnali di maggiore competizione: nella pubblicità, Mediaset ha perso nell'ultimo anno quote a favore di Sky, mentre nella televisione a pagamento la sensibile riduzione della quota dell'operatore satellitare è dovuta alla concorrenza derivante dalle altre piattaforme digitali: DTT (in cui operano Mediaset e Telecom Italia) e IP TV (dove sono attive Fastweb e Telecom Italia).

Con riguardo al tema delle piattaforme digitali, nel 2006 è proseguito, seppur in modo ancora contenuto, l'ampliamento della disponibilità di canali trasmessi in modalità DTT (*Digital Terrestrial Television*), sia a livello nazionale che locale (tabelle 1.23 e 1.24).

**Tabella 1.23.** Programmi televisivi e radiofonici trasmessi dai MUX con copertura superiore al 50% della popolazione

<b>Multiplex Nazionali</b>	<b>Canali ricevibili anche in terrestre analogico</b>	<b>Nuovi canali terrestri</b>	<b>Radio</b>	<b>Pay per View</b>
Dfree	Rete 4 Italia 1	Si Sport Italia Si Live24 Tele Radio Padre Pio		
LA7/MTV	LA7 MTV Italia	La7 Sport SitcomUNO QOOB		LA7 Cartapiù A-F LA7 Cartapiù attiv
MEDIASET 1	Canale 5	Boing Class News Coming Soon BBC World		Mediaset Premium 1-6 Mediaset Premium attiv
MEDIASET 2	Canale 5	Mediashopping Si Sport Italia Si Live 24 Class News Coming Soon BBC World		
RAI - Mux A	Rai Uno Rai Due Rai Tre	RaiUtile	FD Leggera	
RAI - Mux B		Rai Sport Sat Rai Notizie24 Rai Edu1 Rai Gulp Rai Doc-Futura SAT2000	Radio Uno Radio Due Radiotre FD Auditorium Isoradio	

Fonte: sito web DGTVi, giugno 2007

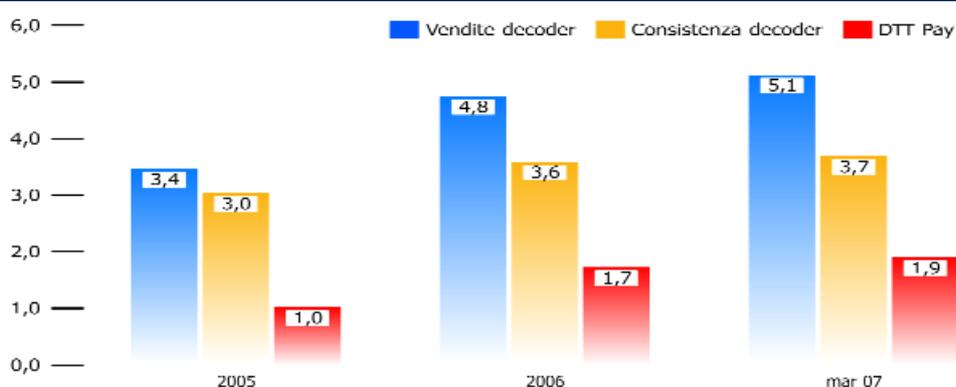
**Tabella 1.24.** Emittenti locali che trasmettono su DTT (maggio 2007)

Aree geografiche	Numero canali
Nord	37
Centro	8
Sud e Isole	12

Fonte: sito web DGTVi, giugno 2007

Dai primi mesi del 2007, sono inoltre iniziati i primi passaggi alla trasmissione esclusivamente digitale. Al riguardo, lo "switch over" di Rai 2 e Rete 4 sulla rete digitale terrestre nelle aree di Cagliari e Aosta è avvenuto il 1° marzo ed il 16 aprile scorso, mentre per l'intera Sardegna e la Valle d'Aosta l'abbandono delle trasmissioni in tecnica analogica terrestre è previsto rispettivamente al 1° marzo ed al 1° aprile 2008, mentre per il resto del Paese, l'apposito disegno di legge predisposto dal Ministero delle comunicazioni prevede il definitivo passaggio al digitale entro il 2012.

La crescita della televisione digitale terrestre è continuata nel 2006, anche se con un consistente rallentamento nella vendita di *decoder*, che segna una contrazione superiore al 40% rispetto al 2005, andamento che non sembra essersi invertito nel primo trimestre del 2007 (-35% rispetto al corrispondente periodo del 2006).

**Figura 1.49.** Diffusione della televisione digitale terrestre (milioni)

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Sono tuttavia presenti elementi di interesse in merito alle modalità di acquisizione e di utilizzo che gli italiani fanno dei servizi disponibili sul DTT.

In primo luogo, si evidenzia come la consistenza del parco *decoder* installato nelle famiglie sia stimabile, nel primo trimestre 2007, in 3,7 milioni (figura 1.49).

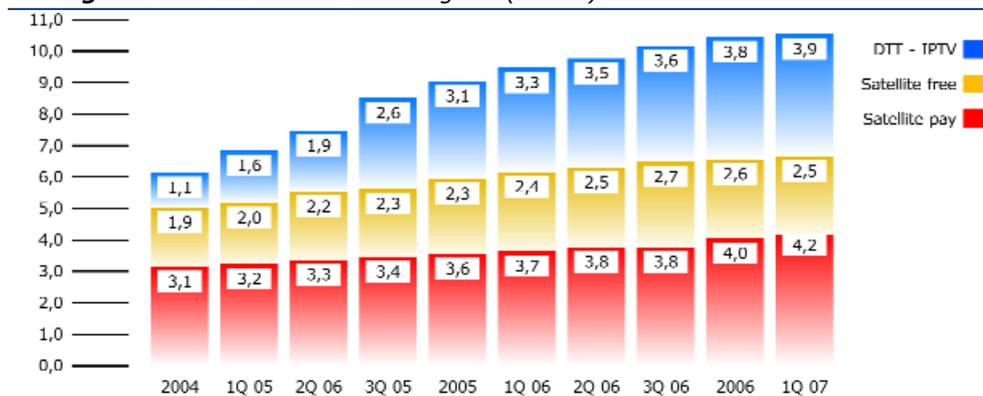
Allo stesso tempo, gli utilizzatori di servizi *pay* crescono non solo in valore assoluto. Sono stimabili in poco meno di due milioni coloro che usufruiscono dei servizi di *pay-per-view* offerti da RTI-Mediaset (cd. offerta Mediaset Premium) e Telecom Italia Media (La7 Cartapiù), ma soprattutto cresce la loro incidenza rispetto alla consistenza della famiglie dotate di *decoder* DTT, passata dal 32% al 48% tra il 2005 ed il 2006.

Il forte rallentamento della vendita di apparecchi, contestualmente alla maggiore intensità nell'utilizzo di servizi *pay* trainati, sostanzialmente, dai programmi sportivi (e

dal calcio in particolare), sembrano indicare che la televisione digitale terrestre non abbia ancora trovato una specifica "appetibilità" presso le famiglie italiane in termini di contenuti disponibili, e ciò riporta alla necessità di un maggiore sforzo da parte degli editori televisivi nella ricerca di nuovi *format* e programmi, specificatamente destinati alla televisione digitale.

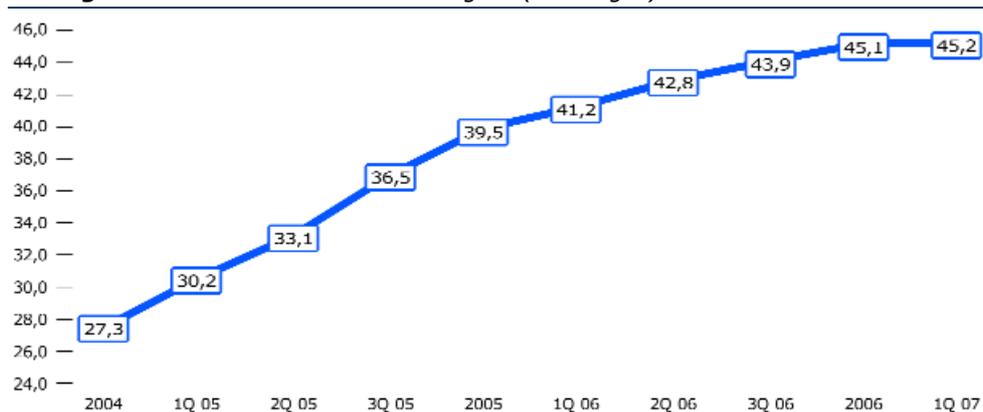
Passando ad analizzare l'evoluzione complessiva delle piattaforme digitali, gli accessi a tale tipologia di televisione stanno crescendo in misura non marginale. In Italia, complessivamente, questi sono passati, dai 6,2 milioni di fine 2004 agli oltre 10,4 milioni del 2006 (figura 8), con un aumento nell'ultimo anno di oltre 1,4 milioni, di cui poco meno del 50% rappresentati dalla crescita delle famiglie in grado di ricevere le trasmissioni televisive in tecnica digitale terrestre. Alla luce di tali dati, si stima che oltre il 45% delle famiglie italiane abbia almeno un accesso alla televisione digitale (figura 1.50).

**Figura 1.50.** Accessi alla TV digitale (milioni)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali, E-Media, Auditel; GFK

**Figura 1.51.** Accessi televisivi digitali (% famiglie)

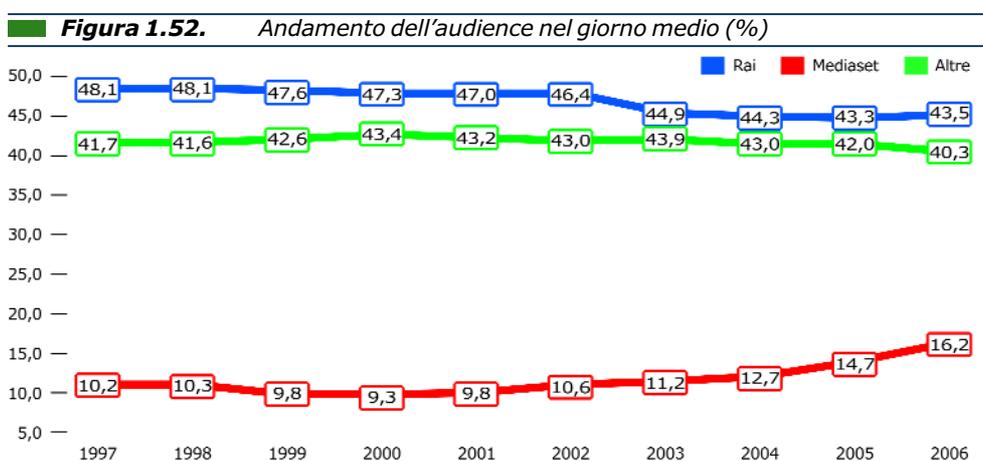


Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali, E-Media, Auditel; GFK

Dal punto di vista dell'*audience*, l'avvento delle nuove piattaforme ha, da un lato, accresciuto notevolmente il numero di palinsesti disponibili per i telespettatori e, dall'altro lato, diminuito la forza, non solo di tipo economico, ma anche quale fonte di infor-

mazione televisiva, dei due operatori storici. La figura 1.52 mostra, infatti, che negli ultimi cinque anni la concentrazione dell'*audience* (nel giorno medio) si è ridotta: sebbene gli ascolti di Rai e Mediaset rimangano complessivamente superiori all'80%, tale valore è sceso di oltre 5 punti percentuali dal 2002 ad oggi; e ciò a causa dell'affermazione della piattaforma satellitare che nel 2006 ha quasi raggiunto il 7% dell'*audience*, per avvicinarsi, nei primi mesi di quest'anno, all'8%.

Tale andamento è stato anche favorito dagli interventi dell'Autorità che hanno imposto alla società di rilevazione degli ascolti, Auditel, un adeguamento della rilevazione in tutte le sue fasi (scelta del panel, tecnologia di misurazione, modalità di produzione dei dati finali), in modo che essa tenga pienamente conto degli sviluppi di tutte le piattaforme televisive digitali.



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Auditel

### 1.2.3. La radio

Nel 2006, i dati rilevati da Audiradio confermano la perdurante elevata penetrazione della radio. Il settore radiofonico ha raggiunto, nel 2006, i 37,9 milioni di ascoltatori nel giorno medio, pari, in percentuale al 72,4% della popolazione italiana con età superiore agli undici anni.

Con riferimento alla frequenza degli ascolti nei "sette giorni"<sup>32</sup> (tabella 1.25), il dato relativo al 2006 evidenzia un sensibile incremento medio degli ascolti pari al 10% per le emittenti radiofoniche Rai e al 5,3% per le emittenti radiofoniche nazionali. Dall'indagine Audiradio emerge, altresì, un sensibile aumento dell'ascolto medio giornaliero<sup>33</sup> (tabella 1.26) con un incremento, rispetto al 2005, del 12% per le emittenti Rai e del 6,9% per le emittenti nazionali private.

<sup>32</sup> *Ascoltatore negli ultimi sette giorni - Viene considerato ascoltatore negli ultimi sette giorni colui che ha dichiarato di aver ascoltato la radio in almeno uno dei sette giorni precedenti l'intervista.*

<sup>33</sup> *Ascoltatore nel giorno medio - Viene considerato ascoltatore nel giorno medio colui che ha dichiarato di aver ascoltato la radio, almeno per un quarto d'ora, nel corso della giornata precedente l'intervista (che si compone di 24 ore).*

**Tabella 1.25.** Ascolto principali emittenti nazionali nei sette giorni (valori in migliaia)

	2003	2004	2005	2006
<b>Emittenti Rai</b>				
Rai radiouno	10.580	12.473	12.288	12.984
Rai radiodue	7.888	9.298	9.707	12.065
Rai radiotre	3.732	4.718	4.653	4.835
Isoradio	2.916	3.871	4.367	4.529
Notturmo italiano (fascia ore 0-6)	749	769	713	644
<b>Principali emittenti private nazionali</b>				
Rmc Radio Montecarlo	5.287	6.406	6.931	7.274
Radio Capital	4.097	5.605	6.279	6.573
Radio DeeJay	11.220	12.701	13.143	13.682
Radio Kiss Kiss network	4.140	5.090	5.639	6.587
Radio Maria	3.435	4.108	4.477	4.233
Radio Radicale	1.536	1.761	1.733	1.947
organo della lista Marco Pannella				
Radio 105 Network	7.881	9.196	10.350	10.800
Rds radio Dimensione Suono 100% grandi successi	10.713	11.889	12.831	13.695
Radio Italia solo musica italiana	9.354	10.341	11.677	11.757
Rtl 102.5 Hit radio	9.281	10.661	12.075	14.179
Radio 24 - Il sole 24 ore	3.072	3.683	4.114	4.541
Radio m2o	1.088	2.233	2.761	2.894
Radio R101				6.485

Fonte: Audiradio

**Tabella 1.26.** Ascolto principali emittenti nazionali nel giorno medio (valori in migliaia)

	2003	2004	2005	2006
<b>Emittenti rai</b>				
Rai radiouno	7.114	7.212	6.399	6.720
Rai radiodue	4.796	4.502	4.213	5.486
Rai radiotre	1.997	2.125	1.858	1.914
Isoradio	1.412	1.212	1.086	1.115
Notturmo italiano (fascia ore 0-6)	178	158	141	122
<b>Principali emittenti private nazionali</b>				
Rmc Radio Montecarlo	2.185	2.083	2.075	2.056
Radio Capital	1.642	1.941	1.980	2.039
Radio DeeJay	5.250	5.576	5.587	5.758
Radio Kiss Kiss network	1.153	1.283	1.355	1.724
Radio Maria	1.573	1.787	1.829	1.694
Radio Radicale	463	492	449	545
organo della lista Marco Pannella				
Radio 105 network	3.257	3.378	3.547	3.703
Rds Radio Dimensione suono 100% grandi successi	4.220	4.420	4.505	4.965
Radio Italia solo musica italiana	3.933	3.416	3.260	3.223
Rtl 102.5 Hit radio	4.248	4.105	4.125	4.907
Radio 24 - Il sole 24 ore	1.566	1.575	1.572	1.763
Radio m2o	493	907	1.007	1.066

Fonte: Audiradio

Nel complesso, l'analisi dei dati di ascolto conferma per le radio l'esistenza di ascolti elevati e distribuiti in modo omogeneo all'interno del campione; il fattore di crescita è da ricercarsi nella mobilità del mezzo, sempre in aumento, e nella diffusione dell'ascolto tramite terminali alternativi quali il *personal computer* o il telefono cellulare.

Il primo bimestre 2007 conferma l'andamento positivo degli ascolti complessivi, che superano i 38 milioni di ascoltatori.

Si segnala, infine, che, a partire dal marzo 2007, sono state apportate significative modifiche migliorative relativamente alla metodologia di ricerca dell'indagine Audi-radio anche in applicazione dell' "Atto di indirizzo sulla rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione" approvato con delibera n. 85/06/CSP (cfr. paragrafo 2.10).

L'indagine è ora condotta su un campione di 120.000 interviste telefoniche, gestite nell'arco dell'anno. Inoltre, nel campione rappresentativo della popolazione italiana di età superiore agli 11 anni, sono ora inclusi coloro che utilizzano esclusivamente il telefono cellulare.

### **Le risorse del sistema radiofonico**

L'ingresso nel comparto radiofonico dei grandi gruppi editoriali ha ampliato il mercato pubblicitario sia in valore assoluto, sia con riferimento ai settori merceologici.

I grandi gruppi hanno beneficiato del vantaggio competitivo di poter proporre agli inserzionisti un'offerta basata su più *media* e di poter promuovere il proprio prodotto attraverso sinergie infragruppo. Nel 2005, la raccolta pubblicitaria delle emittenti nazionali radiofoniche ha raggiunto i 264 milioni di euro, con una crescita dal 2002 superiore al 27% (figura 3).<sup>34</sup>

**Tabella 1.27.** Ricavi delle principali emittenti nazionale (milioni di euro)

	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
Rai S.p.A.	65,8	63,8	67,8	65,3
Elemedia S.p.A.	45,9	53,9	64,9	70,6
Radio Dimensione Suono S.p.A.	23,9	24,6	32,4	37,4
RTL 102,500 Hit Radio S.r.l.	22,7	28,8	31,7	32,6
Radio Studio 105 S.r.l.	12,8	14,0	15,7	16,2
Radio Italia S.p.A.	13,8	13,4	15,0	14,6
Nuova Radio S.p.A.	13,6	13,4	13,7	14,1
Radio Kiss Kiss S.r.l.	4,3	5,5	6,0	5,6
RCS Broadcast S.p.A.	4,0	5,2	5,2	3,6
RADIO 101 One to One network				4,3
<b>Totale</b>	<b>206,8</b>	<b>222,6</b>	<b>252,4</b>	<b>264,4</b>

Fonte: elaborazioni Autorità su dati dell'Informativa Economica di Sistema

Nel 2006 la raccolta pubblicitaria nel settore radiofonico, dopo un primo trimestre in forte crescita, ha subito un rallentamento che ha comunque garantito un incremento annuo del 7,8%.

<sup>34</sup> Le imprese trasmettono i dati alla Informativa Economica di Sistema nel mese di luglio, motivo per il quale le ultime informazioni disponibili sono relative al 2005.

Il dato di crescita è confermato dall'analisi dei bilanci dei principali gruppi (RCS, Mondadori e Gruppo l'Espresso) che ha evidenziato, con riferimento alla divisione radio, sensibili tassi di crescita nei ricavi per vendita di spazi pubblicitari.

L'andamento degli investimenti da parte degli inserzionisti nel primo bimestre 2007 sembra segnare, viceversa, una battuta d'arresto che ha coinvolto, tuttavia, anche gli altri mezzi di comunicazione di massa.

La crescita degli investimenti nel 2006 può comunque determinare una fase di assestamento degli investimenti nel 2007 rispetto alla quale la radio pubblica potrà consolidare la propria posizione, anche grazie a trasmissioni di successo ormai rodente, mentre alcune delle emittenti private, entrate nel mercato recentemente e che nel biennio trascorso hanno ottenuto una crescita significativa, si ritiene che potranno consolidare tali risultati anche nel 2007.

## ■ 1.2.4. L'editoria

### *I quotidiani*

L'analisi sullo stato dell'editoria quotidiana è condotta sulla base delle dichiarazioni contabili ed extracontabili trasmesse dalle imprese annualmente (entro il 31 luglio) ai sensi della legge n. 650/1996.

L'esame del dato complessivo relativo alla diffusione è stato eseguito su 169 testate quotidiane, ed evidenzia, con riferimento all'esercizio 2005, una sostanziale tenuta delle copie vendute rispetto all'anno precedente: il valore complessivo è pari a 2.078 milioni di copie (tabella 1.28).

La vendita media giornaliera, in crescita rispetto all'anno precedente, è risultata, nel 2005, di 6,1 milioni di copie mentre più basso è stato il numero medio delle uscite.

**Tabella 1.28.** Diffusione delle testate quotidiane (milioni di copie annue)

Anno	Copie Diffuse
1997	2.114
1998	2.107
1999	2.088
2000	2.143
2001	2.184
2002	2.095
2003	2.133
2004	2.080
2005	2.078

Fonte: elaborazioni Autorità su dati dell'Informativa Economica di Sistema

La tabella 1.29 illustra, per gli anni 2005 e 2004, il dato relativo alla vendita media giornaliera, con riferimento alle principali categorie di testate (tabella 1.29).

**Tabella 1.29.** Vendita media giornaliera delle testate quotidiane (migliaia di copie)

	2004	2005	Var. %
Primi dieci quotidiani di informazione	2.685	2.651	-1,3
Sportivi	783	744	-5,0
Economici	453	419	-7,5

Fonte: elaborazioni Autorità su dati dell'Informativa Economica di Sistema

Il dato di diffusione media giornaliera dei principali quotidiani gratuiti, risulta, come illustrato nella tabella che segue, pari, nel 2005, a 1,59 milioni di copie (tabella 1.30).

**Tabella 1.30.** Diffusione media delle principali testate quotidiane gratuite (migliaia di copie)

Testata	2004	2005	Var. %
Leggo	622	673	8,2
City	515	435	-15,5
Metro	311	451	45,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati dell'Informativa Economica di Sistema

Per quel che concerne la distribuzione del prodotto editoriale a pagamento, dai dati analizzati risulta ancora in crescita il numero delle copie vendute attraverso canali diversi dalle edicole e dagli abbonamenti. Nel 2005, i quotidiani venduti attraverso canali di vendita alternativi sono risultati 100 milioni, pari al 5% del totale.

Rispetto al totale delle copie vendute in Italia di cui si conosce il canale di distribuzione finale, nel 2005 le vendite in edicola rappresentano l'85,9%, mentre, le vendite in abbonamento sono pari all'8,8%.

Nell'esercizio 2005, i ricavi complessivi per diffusione, elaborati attraverso l'analisi dei dati di bilancio delle imprese editrici di quotidiani, sono stati pari a 1.768 milioni di euro.

È rilevabile, sempre nell'esercizio 2005, una contrazione dei ricavi per vendita dei prodotti collaterali determinata, probabilmente, dalla saturazione di talune tipologie di offerta del prodotto in abbinamento al quotidiano.

La flessione nei ricavi e nei margini dei prodotti opzionali è confermata dai risultati economici dei principali Gruppi editoriali risultanti dai bilanci 2006. Il decremento è stato, in parte, controbilanciato dall'aumento, generalmente a 1 euro, del prezzo di copertina delle principali testate.

Nel 2005 crescono i ricavi per vendita di spazi pubblicitari il cui valore complessivo è stato pari a 1.598 milioni di euro.

L'andamento positivo dei ricavi da pubblicità prosegue nel 2006. Il risultato sembra essere allineato alla media dei mezzi classici, ma non è in grado di compensare completamente la diminuzione dei ricavi per vendita di prodotti collaterali.

Prosegue il positivo andamento dei ricavi pubblicitari della *free press*. Per questa categoria di quotidiani, i dati economici evidenziano nel 2005 un ulteriore incremento della vendita di spazi.

I ricavi complessivi derivati dalla diffusione delle principali testate gratuite, sono stati pari, nel 2005, a 56 milioni di euro.

Nel 2006, sono risultati in forte crescita gli investimenti pubblicitari destinati alla *free press*. La dimensione di tali investimenti è dovuta, in gran parte, al lancio di nuove testate gratuite e alla necessità degli investitori di avvicinare il target specifico di lettori di tale tipologia di testate, diverso da quello dei quotidiani a pagamento.

Le tirature nette complessive delle testate diffuse gratuitamente sono state, nel 2006, 578 milioni con un incremento rispetto all'anno precedente del 5,5%.

Con riferimento alla *free press*, va ricordato che nel febbraio 2006 Audipress ha deliberato di approvare l'ammissione dei quotidiani gratuiti City, Leggo e Metro all'indagine di rilevazione degli indici di lettura e di derogare, per un periodo di un anno eventualmente rinnovabile, all'attuale norma del Regolamento Audipress, che esige, per la stessa ammissione, il possesso del certificato ADS<sup>35</sup>. In tale materia, peraltro, l'Autorità ha formulato due pareri all'Autorità garante della concorrenza e del mercato nell'ambito dell'istruttoria Metro/Audipress.<sup>36</sup>

A seguito di tale ammissione, a febbraio 2007, sono stati pubblicati i primi dati di lettura relativi alla *free press*.

Le strategie di miglioramento della redditività dei *business*, riferite alla diffusione dei quotidiani, sono state caratterizzate dal completamento, tra la fine del 2006 e l'inizio del 2007, del passaggio al "*full color*" per le principali testate e dall'aumento del numero massimo di pagine che ha consentito l'incremento della foliazione a colori per l'utenza pubblicitaria.

Inoltre, per i principali gruppi editoriali la pubblicità ha beneficiato del vantaggio competitivo di poter proporre agli inserzionisti un'offerta basata su più *media*: oltre ai quotidiani e ai periodici anche Televisione, Radio e Internet.

Per quanto attiene, infine, al rapporto tra editoria quotidiana e Internet, i modelli di *business* e di consumo si stanno sempre più orientando verso l'integrazione tra l'editoria tradizionale e quella *on line*. Con riferimento a tale integrazione possono essere individuati diversi modelli e altrettante strategie editoriali.

Per la maggior parte dei quotidiani *on line* oggi, la principale fonte di introito è ancora costituita dalla pubblicità, in quanto, in genere, tutti i servizi informativi sono offerti gratuitamente.

Tuttavia, un'ulteriore strategia, affiancata al modello *advertising based*, è costituita dalla partnership con siti di commercio elettronico.

Un altro modello individuabile è quello *content based*, basato sulla vendita dei contenuti: il "prodotto" informazione ha il vantaggio di poter essere gestito in modo da proporre contenuti personalizzati a soggetti diversi, ricavandone così il maggior valore possibile.

I principali gruppi editoriali hanno impostato la loro attività potenziando e adattando per il *Web* prodotti cartacei già esistenti.

<sup>35</sup> ADS "Accertamenti Diffusione Stampa" è una libera Associazione costituita dalle associazioni e federazioni di settore allo scopo di certificare i dati di diffusione e di tiratura della stampa quotidiana e periodica di qualunque specie pubblicata in Italia.

<sup>36</sup> Cfr. anche successivo paragrafo 3.2.

Questo modello appare promettente, così come la strategia di stipulare accordi vantaggiosi con altri fornitori di contenuti cercando di integrare più *media*, come radio o televisione, al fine di cogliere, grazie anche alla maggiore penetrazione di Internet e alla maggiore velocità di connessione, il forte andamento di crescita della pubblicità in quest'ultimo settore.

Nelle tabelle 1.30 - 1.34 sono evidenziati i dati relativi alla diffusione delle testate edite dai principali gruppi editoriali italiani, mentre come di consueto, seguono i prospetti relativi alla tiratura dei quotidiani su base nazionale e interregionale riferita all'esercizio 2006.

**Tabella 1.30.** Gruppo Caltagirone

Testate	Tirature nette	Italia	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud
Corriere Adriatico	9.304.619	0,26%			0,88%	
Il Gazzettino	45.682.538	1,29%		12,64%		
Il Mattino	40.913.908	1,15%				10,05%
Il Messaggero	109.666.267	3,09%			10,35%	
Leggo	160.808.755	4,53%			15,18%	
Nuovo Quotidiano di Puglia	8.919.911	0,25%				2,19%
Quotidiano di Lecce, Brindisi, Taranto	100	0,00%				0,00%
Tuttomercato	2.254.135	0,06%				0,55%
Totale	377.550.233	10,63%				

Fonte: elaborazioni Autorità su dati dell'Informativa Economica di Sistema

**Tabella 1.31.** Gruppo Editoriale l'Espresso

Testate	Tirature nette	Italia	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud
Gazzetta di Mantova	14.146.953	0,40%	0,82%			
Gazzetta di Reggio	6.394.693	0,18%		1,77%		
Il Centro	10.145.618	0,29%			0,96%	
Il Lunedì' de La Repubblica	40.653.315	1,14%			3,84%	
Il mattino di Padova	13.309.239	0,37%		3,68%		
Il Piccolo	15.366.000	0,43%		4,25%		
Il Piccolo del lunedì'	2.403.650	0,07%		0,67%		
Il Tirreno	37.164.315	1,05%			3,51%	
La Città'-quotidiano di Salerno e provincia	3.561.621	0,10%		0,83%		0,87%
La Nuova di Venezia e Mestre	5.942.871	0,17%		1,64%		
La Nuova Ferrara	5.245.256	0,15%		1,45%		
La Nuova Sardegna	25.077.256	0,71%				6,16%
La Provincia pavese	8.307.740	0,23%	0,48%			
La Repubblica	237.062.829	6,67%			22,37%	
La Tribuna di Treviso	8.256.591	0,23%		2,28%		
Messaggero del lunedì'	3.012.099	0,08%		0,83%		
Messaggero veneto	18.311.926	0,52%		5,07%		
Nuova Gazzetta di Modena	5.519.350	0,16%		1,53%		
Totale	459.881.322	12,95%				

Fonte: elaborazioni Autorità su dati dell'Informativa Economica di Sistema

**Tabella 1.32.** Gruppo Monti (Poligrafici editoriale)

Testate	Tirature nette	Italia	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud
Il Giorno	40.435.168	1,14%	2,35%			
Il Resto del Carlino	76.142.204	2,14%		21,07%		
La Nazione	64.132.934	1,81%			6,05%	

Fonte: elaborazioni Autorità su dati dell'Informativa Economica di Sistema

**Tabella 1.33.** Gruppo RCS

Testate	Tirature nette	Italia	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud
City Bari	5.468.000	0,15%	0,32%			
City Bologna	8.052.800	0,23%	0,47%			
City Firenze	8.085.500	0,23%	0,47%			
City Genova	6.573.000	0,19%	0,38%			
City Milano	46.406.780	1,31%	2,69%			
City Napoli	12.063.600	0,34%	0,70%			
City Roma	37.229.262	1,05%	2,16%			
City Torino	16.414.000	0,46%	0,95%			
City Verona	3.119.000	0,09%	0,18%			
Corriere del Mezzogiorno	12.369.656	0,35%				3,04%
Corriere del Mezzogiorno Bari e Puglia	10.112.647	0,28%				2,48%
Corriere del Trentino	2.660.787	0,07%		0,74%		
Corriere del Veneto	17.472.381	0,49%		4,83%		
Corriere della sera	295.017.087	8,30%	17,11%			
Corriere della sera anteprima	4.220.792	0,12%	0,24%			
Corriere dell'Alto Adige	1.759.892	0,05%		0,49%		
Corriere economia corriere del mezzogiorno	232.263	0,01%				0,06%
La Gazzetta dello sport	188.675.840	5,31%	10,94%			
Mezzogiorno economia	1.434.758	0,04%				0,35%
Totale	677.368.045	19,07%				

Fonte: elaborazioni Autorità su dati dell'Informativa Economica di Sistema

**Tabella 1.34.** Diffusione delle principali testate italiane \*

<b>Testata</b>	<b>Tiratura lorda</b>	<b>Tiratura netta</b>	<b>% su tiratura netta</b>
Corriere della sera	310.129.883	295.017.087	9,82%
La Repubblica	250.387.308	237.062.829	7,89%
La Gazzetta dello sport	200.784.859	188.675.840	6,28%
Il Sole 24 ore	163.647.717	150.506.603	5,01%
La Stampa	160.102.447	149.797.547	4,99%
Corriere dello Sport Stadio	159.220.310	147.867.087	4,92%
Il Giornale	123.482.186	116.206.894	3,87%
Il Messaggero	116.089.054	109.666.267	3,65%
Il Resto del Carlino	86.412.661	76.142.204	2,53%
Opinione Nuove libero quotidiano	82.232.751	70.047.740	2,33%
Tuttosport	73.206.187	68.937.053	2,29%
La Nazione	73.854.113	64.132.934	2,13%
Il Secolo XIX	50.854.782	46.957.702	1,56%
Il Gazzettino	48.723.567	45.682.538	1,52%
Avvenire	48.445.893	45.633.636	1,52%
L'Unita'	49.405.523	43.980.829	1,46%
Il Mattino	43.077.619	40.913.908	1,36%
Il lunedì' de La Repubblica	42.821.293	40.653.315	1,35%
Il Giorno	46.204.259	40.435.168	1,35%
Italiaoggi	37.288.307	37.288.307	1,24%
Il Tirreno	41.261.511	37.164.315	1,24%
Giornale di Sicilia	33.699.873	30.155.323	1,00%

\* Al netto delle tirature dei quotidiani diffusi gratuitamente.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati dell'Informativa Economica di Sistema

Di seguito si riportano i prospetti relativi alla tiratura dei quotidiani su base nazionale e interregionale.

## Prospetto 1. Testate quotidiane: tiratura nazionale (2006)

TESTATA	IMPRESA	TIRATURA LORDA	TIRATURA NETTA	% SU TIRATURA NETTA
ABRUZZO OGGI	EDITORIALE ABRUZZO SOC. COOP.	737.925	737.925	0,02%
ALTOADIGE/CORRIEREDELLEALPI/TRENTINO	S.E.T.A. SOCIETÀ EDITRICE TIPOGRAFICA A TESINA SOCIETÀ PER AZIONI, IN SIGLA S.E.T.A. S.P.A.	16.959.679	16.110.178	0,45%
ARTIGIANATO E PICCOLA-MEDIA I. DELLE R.	EDITORIALE ARTIGIANATO E PICCOLA IMPRESA EMILIA ROMAGNA SRL	1.158.300	1.111.895	0,03%
AVVENIRE	AVVENIRE NUOVA EDITORIALE ITALIANA SPA	48.445.893	45.633.636	1,28%
BRESCIA OGGI	EDIZIONI BRESCIA SPA	6.938.665	5.799.400	0,16%
CITY BARI	CITY ITALIA S.P.A.	5.862.530	5.468.000	0,15%
CITY BOLOGNA	CITY ITALIA S.P.A.	8.493.710	8.052.800	0,23%
CITY FIRENZE	CITY ITALIA S.P.A.	8.456.568	8.085.500	0,23%
CITY GENOVA	CITY ITALIA SPA	6.927.356	6.573.000	0,19%
CITY MILANO	CITY MILANO S.P.A.	48.220.708	46.406.780	1,31%
CITY NAPOLI	CITY ITALIA S.P.A.	12.727.744	12.063.600	0,34%
CITY ROMA	CITY ITALIA S.P.A.	38.899.512	37.229.262	1,05%
CITY TORINO	CITY ITALIA SPA	16.773.397	16.414.000	0,46%
CITY VERONA	CITY ITALIA SPA	3.478.750	3.119.000	0,09%
CONQUISTE DEL LAVORO	CONQUISTE DEL LAVORO SRL	19.002.700	19.002.700	0,53%
CORRIERE	COOPERATIVA EDITORIALE GIORNALI ASSOCIATI A R.L.	6.103.400	6.103.400	0,17%
CORRIERE ADRIATICO	EDITORIALE QUOTIDIANI SRL	5.315.055	4.622.666	0,13%
CORRIERE DEL GIORNO DI PUGLIA E LUCANIA	SOCIETÀ EDITORIALE ADRIATICA SPA	10.665.128	9.304.619	0,26%
CORRIERE DEL MEZZOGIORNO	COOPERATIVA	3.707.316	3.605.116	0,10%
CORRIERE DEL MEZZOGIORNO - BARI E PUGLIA	EDITORIALE VESUVIO SRL	13.345.792	12.369.656	0,35%
CORRIERE DEL TRENTINO	EDITORIALE VESUVIO SRL	10.642.594	10.112.647	0,28%
CORRIERE DEL VENETO	EDITORIALE TRENTINO ALTO ADIGE S.R.L.	2.912.582	2.660.787	0,07%
CORRIERE DELLA SERA	EDITORIALE VENETO SRL	18.764.234	17.472.381	0,49%
CORRIERE DELLA SERA - ANTEPRIMA	R.C.S. EDITORI S.P.A.	310.129.883	295.017.087	8,30%
CORRIERE DELL'ALTO ADIGE	R.C.S. EDITORI S.P.A.	4.447.380	4.220.792	0,12%
CORRIERE DELL'IRPINIA	EDITORIALE TRENTINO ALTO ADIGE S.R.L.	2.034.483	1.759.892	0,05%
CORRIERE DELLO SPORT STADIO	EDIZIONI PROPOSTA SUD	986.941	398.204	0,01%
CORRIERE DI CASERTA	CORRIERE DELLO SPORT S.R.L.	159.220.310	147.867.087	4,16%
CORRIERE DI COMO	LIBRA EDITRICE PICCOLA SOC. COOP. A R.L.	5.480.912	4.914.004	0,14%
CORRIERE ECONOMIA - CORRIERE DEL MEZZOGIORNO	EDITORIALE SRL	4.841.800	4.841.800	0,14%
CORRIERE MERCANTILE	EDITORIALE VESUVIO SRL	251.542	232.263	0,01%
CRONACA	GIORNALISTE E POLIGRAFICI COOP. R.L.	5.659.982	4.353.344	0,12%
CRONACHE DI NAPOLI	EDITORIALE ARGO SOCIETÀ COOPERATIVA	16.033.270	15.547.152	0,44%
DEMOCRAZIA CRISTIANA	LIBRA EDITRICE PICCOLA SOC. COOP. A R.L.	6.767.646	6.075.088	0,17%
	BALENA BIANCA PICCOLA SCARL	1.085.000	1.085.000	0,03%

TESTATA	IMPRESA	TIRATURA LORDA	TIRATURA NETTA	% SUTIRATURA NETTA
DIE NEUE SUEDTIROLER TAGESZEITUNG	DIE NEUE SUEDTIROLER TAGESZEITUNG SRL "G.M.B.H."	2678309	2600300	0,07%
DOLOMITEN	ATHESIA DRUCK S.R.L.	17.918.193	16.805.534	0,47%
DOSSIER NEWS DI CASERTA IL GIORNALE EDITORIALE OGGI	DOSSIER SOC.COOP.D'INF.SERV.E PUB.RELAZ. NUOVA EDITORIALE OGGI SRL	878.335	878.335	0,02%
EUROPA	EDIZIONI DLM EUROPA	4.345.416	4.345.416	0,12%
GAZZETTA SHQIPTARE	SOCIETA' P.A. EDITRICE DEL SUD - EDISUD SPA	14.841.209	13.125.228	0,37%
GAZZETTA ASTE E APPALTI PUBBLICI	SOCIETA' P.A. EDITRICE DEL SUD - EDISUD SPA	1.709.461	1.709.461	0,05%
GAZZETTA DELL'UNEDI'	EDITRICE S.I.F.I.C. SOCIETA' ITALIANA FINANZIARIA IMMOBILIARE E COMMERCIALE S.R.L.	1.009.960	997.560	0,03%
GAZZETTA DEL SUD	GIORNALISTI E POLIGRAFICI COOP. R.L.	1.336.777	1.096.068	0,03%
GAZZETTA DI MANTOVA	SOCIETA' EDITRICE SICILIANA	28.669.359	25.811.838	0,73%
GAZZETTA DI REGGIO	FINEGIL EDITORIALE SPA	14.779.866	14.146.953	0,40%
GIORNALE DI BRESCIA	FINEGIL EDITORIALE SPA	6.680.180	6.394.693	0,18%
GIORNALE DI SICILIA	EDITORIALE BRESCIANA S.P.A.	21.822.813	21.822.813	0,61%
IL CAMPANILE NUOVO	GIORNALE DI SICILIA EDITORIALE POLIGRAFICA SPA	33.699.873	30.155.323	0,85%
IL CENTRO	SOCIETA' COOPERATIVA EDITRICE IL CAMPANILE NUOVO A.R.L.	1.375.328	1.123.290	0,03%
IL CITTADINO	FINEGIL EDITORIALE SPA	10.931.164	10.145.618	0,29%
IL CITTADINO OGGI	EDITORIALE LAUDENSE SRL	4.613.699	3.690.959	0,10%
IL CORRIERE	EDITRICE GRAFIC COOP. SOCIETA' COOPERATIVA DI GIORNALISTI A R.L.	5.232.600	5.232.600	0,15%
IL DENARO	EDITORIALE 2000 SRL	4.805.473	3.800.029	0,11%
IL DOMANI	EDIZIONI DEL MEDITERRANEO S. C. GIORNALISTICA A R.L.	2.798.793	2.579.059	0,07%
IL FOGLIO QUOTIDIANO	T. & P. EDITORI SRL	3.093.800	2.842.600	0,08%
IL GAZZETTINO	EDITORIALE BOLOGNA SRL	1.597.000	1.597.000	0,04%
IL GIORNALE	IL FOGLIO QUOTIDIANO SCARL	25.930.417	23.024.721	0,65%
IL GIORNALE DELL'EMILIA ROMAGNA	SOCIETA' EDITRICE PADANA S.P.A.	48.723.567	45.682.538	1,29%
IL GIORNALE DELL'UMBRIA	SOCIETA' EUROPEA DI EDIZIONI SPA	123.482.186	116.206.894	3,27%
IL GIORNALE DI CALABRIA	GIORNALE DI REGGIO SRL	816.668	816.668	0,02%
IL GIORNALE DI VICENZA	GRUPPO EDITORIALE UMBRIA 1819 S.R.L.	2.142.400	2.142.400	0,06%
IL GIORNALE NUOVO DELLA TOSCANA	EDITORIALE '91 SCRL	269.500	269.500	0,01%
IL LUNEDI' DE LA REPUBBLICA	SOCIETA' ATHESIS SPA	19.217.924	18.053.700	0,51%
IL MANTINO	SOCIETA' TOSCANA DI EDIZIONI SPA	5.750.000	5.750.000	0,16%
IL MATTINO	POLIGRAFICI EDITORIALE SPA	46.204.259	40.435.168	1,14%
IL MESSAGGERO	GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO SPA	42.821.293	40.653.315	1,14%
IL NUOVO GIORNALE DI BERGAMO	IL MANIFESTO COOPERATIVA EDITRICE SCRL	29466836	28011508	0,79%
IL NUOVO RIFORMISTA	EDIZIONI RIFORMISTE PIC. SOC. COOP A R.L.	9.197.175	9.197.175	0,26%
IL PICCOLO	IL MANTINO DI PADOVA	43.077.619	40.913.908	1,15%
IL PICCOLO DEL LUNEDI'	FINEGIL EDITORIALE SPA	13.973.817	13.309.239	0,37%
IL QUOTIDIANO	IL MESSAGGERO SPA	116.089.054	109.666.267	3,09%
IL QUOTIDIANO DEL GOLFO	BERGAMO INIZIATIVE EDITORIALI S. R. L.	1.397.800	1.397.800	0,04%
IL RESTO DEL CARLINO	EDIZIONI RIFORMISTE PIC. SOC. COOP A R.L.	9.197.175	9.197.175	0,26%
IL ROMANISTA	EDITORIALE FVG SOCIETA' PER AZIONI	16.154.167	15.366.000	0,43%
IL SANNIO QUOTIDIANO	EDITORIALE FVG SOCIETA' PER AZIONI	2.524.400	2.403.650	0,07%
EPOLIS	FINANZIARIA EDITORIALE S. R. L.	9.122.983	8.200.446	0,23%
	SOC. COOP. A R.L. GIORNALISTI STAMPA LOCALE ISCHIA	134.800	125.300	0,00%
	POLIGRAFICI EDITORIALE SPA	86.412.661	76.142.204	2,14%
	I ROMANISTI SRL	7.143.015	5.999.544	0,17%
	ARCADIO SOCIETA' COOPERATIVA	1.192.401	1.036.876	0,03%
	PAGINE SANNITE SCRL	3.515.915	2.732.260	0,08%
	EPOLIS S.P.A.	100.276.732	90.771.594	2,56%

TESTATA	IMPRESA	TIRATURA LORDA	TIRATURA NETTA	% SUTIRATURA NETTA
IL SECOLO XIX	SOCIETA' EDIZIONI E PUBBLICAZIONI S.P.A.	50.854.782	46.957.702	1,32%
IL SOLE 24 ORE	IL SOLE 24 ORE S.P.A.	163.647.717	150.506.603	4,24%
IL TEMPO	SOCIETA' EDITRICE IL TEMPO SPA	33.881.352	29.326.487	0,83%
IL TIRRENO	FINEGIL EDITORIALE SPA	41.261.511	37.164.315	1,05%
IMPRESA ARTIGIANA	EDITART SRL	30322	30322	0,00%
IN CITTA' TRIESTE E DINTORNI	IMPRESA TIPOGRAFICHE VENETE SPA	4.901.502	4.032.315	0,11%
INCITTA' E DINTORNI BRESCIA	NUOVA EDITORIALE SRL	4.165.010	3.621.550	0,10%
INCITTA' E DINTORNI VICENZA	NUOVA EDITORIALE SRL	1.241.030	951.900	0,03%
INCITTA' VERONA	NUOVA EDITORIALE SRL	4.102.575	3.624.000	0,10%
ITALIA SERA	GIORNALISTI & POLIGRAFICI ASSOCIATI SCRL	1.015.892	849.640	0,02%
ITALIAOGGI	ITALIA OGGI EDITORI ERINNE SRL	37.288.307	37.288.307	1,05%
LA CITTA' - QUOTIDIANO DI SALERNO E PROVINCIA	EDITORIALE LA CITTA' SPA	4.099.775	3.561.621	0,10%
LA CROMACA	COOPERATIVA NUOVA INFORMAZIONE A.R.L.	2.541.000	2.541.000	0,07%
LA DISCUSSIONE - QUOTIDIANO DELL'UDC	EDITRICE EUROPA OGGI SRL	2.939.724	2.652.214	0,07%
LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO	SOCIETA' P.A. EDITRICE DEL SUD - EDISUD SPA	25.408.270	24.230.713	0,68%
LA GAZZETTA DELLO SPORT	R.C.S. EDITORI S.P.A.	200.784.859	188.675.840	5,31%
LA NAZIONE	POLIGRAFICI EDITORIALE SPA	73.854.113	64.132.934	1,81%
LA NUOVA BASILICATA	ALICE MULTIMEDIALE SRL	69.230	69.230	0,00%
LA NUOVA DEL SUD	ALICE MULTIMEDIALE SRL	1.680.179	1.680.179	0,05%
LA NUOVA DI VENEZIA E MESTRE	FINEGIL EDITORIALE SPA	6.772.948	5.942.871	0,17%
LA NUOVA FERRARA	FINEGIL EDITORIALE SPA	5.517.777	5.245.256	0,15%
LA NUOVA SARDEGNA	EDITORIALE LA NUOVA SARDEGNA SPA	26.712.767	25.077.256	0,71%
LA PADANIA - LA VOCE DEL NORD	EDITORIALE NORD SOC. COOP. A.R.L.	19.730.035	18.797.820	0,53%
LA PREALPINA	LA PREALPINA SRL	9.821.636	8.594.186	0,24%
LA PROVINCIA	LA PROVINCIA DI COMO EDITORIALE SPA	21.395.615	19.592.068	0,55%
LA PROVINCIA	S.E.C. SOCIETA' EDITORIALE CREMONESE SPA	9.983.834	9.983.834	0,28%
LA PROVINCIA PAVESE	E.A.G. SPA	8.761.070	8.307.740	0,23%
LA PROVINCIA QUOTIDIANO	EFFE COOPERATIVA EDITORIALE A.R.L.	3.729.959	3.729.959	0,10%
LA REPUBBLICA	GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO SPA	250.387.308	237.062.829	6,67%
LA SICILIA	DOMENICO SANFILIPPO EDITORE SPA	28.664.364	27.140.508	0,76%
LA STAMPA	EDITRICE LA STAMPA SPA	160.102.447	149.797.547	4,22%
LA TRIBUNA DI TREVISO	FINEGIL EDITORIALE SPA	8.760.059	8.256.591	0,23%
LA VERITA	EDITORIALE LA VERITA' SOC. COOP. GIORNALISTICA A.R.L.	2.139.554	1.687.500	0,05%
LA VOCE DELLA CITTA' TARANTO LE NEWS DELLA SERA	L'EDITORIALE S.R.L.	1.511.076	1.320.950	0,04%
LA VOCE DI CERVETERI	IMPEGNO SOCIALE PICCOLA SOC. COOP. GIORN. A.R.L.	726.874	604.850	0,02%
LA VOCE DI MANTOVA	VIDIEMME SCARL	2.113.200	2.113.200	0,06%
LA VOCE DI ROMAGNA	EDITRICE LA VOCE SRL	5.964.126	4.455.138	0,13%
LA VOCE NUOVA	COOPERATIVA EDITORIALE INFORMAZIONE STAMPA			
LA VOCE REPUBBLICANA	C.E.I.S. SOC. COOP. ARL	2.615.873	1.463.077	0,04%
L'ADIGE	NUOVE POLITICHE EDITORIALI PICC. SOC. COOP. GIORN. ARL	583.296	352.260	0,01%
L'AGENZIA DI VIAGGI	S.I.E. S.P.A. SOCIETA' INIZIATIVE EDITORIALI	11.397.203	11.056.480	0,31%
L'ALTRO FAX	LIBERI EDITORI SRL	678.754	678.754	0,02%
L'ARENA	EDIGIORNALISTI - SOCIETA' COOPERATIVA GIORNALISTICA A.R.L.	574.200	574.200	0,02%
L'AVANTI!	SOCIETA' ATHESSIS SPA	22.412.915	21.111.150	0,59%
L'AVVISATORE MARITTIMO	INTERNATIONAL PRESS SCRL	4.471.016	3.915.980	0,11%
L'ECO DI BERGAMO	L'AVVISATORE MARITTIMO SRL	444.350	337.719	0,01%
LEGGO	SASAAB SPA	23.681.173	22.970.998	0,65%
	SIGMA EDITORIALE S.P.A.	170.827.074	160.808.755	4,53%

TESTATA	IMPRESA	TIRATURA LORDA	TIRATURA NETTA	% SUTIRATURA NETTA
LIBERAZIONE GIORNALE COMUNISTA	M.R.C. SRL	16.808.189	15.378.032	0,43%
LIBERTA' LIBERTA' L'UNEDI' SETTIMO NUMERO DI LIBERTA'	STABILIMENTO TIPOGRAFICO PIACENTINO SAPA	13.480.270	12.696.308	0,36%
L'INDIPENDENTE	EDIZIONI DEL MEZZOGIORNO SRL	4.345.849	3.711.667	0,10%
L'INFORMATORE SPORTIVO	L'UNIONE SARDA SPA	4.184.820	4.061.463	0,11%
L'INFORMAZIONE	EDITORIALE TRICOLORE S.R.L.	3.631.876	2.644.846	0,07%
LO SPORTSMAN CAVALLI & CORSE	COEDIP SRL	8.965.469	7.376.569	0,21%
L'OPINIONE DELLE LIBERTA'	AMICI DEL L'OPINIONE SOC.COOP.GIORN. A.R.L.	1.502.538	1.123.660	0,03%
L'UMANITA'	EDIZIONI RIFORMISTE SRL	453.218	376.803	0,01%
L'UNIONE SARDA	L'UNIONE SARDA SPA	28.234.260	27.196.568	0,77%
L'UNITA'	NUOVA INIZIATIVA EDITORIALE SPA	49.405.523	43.980.829	1,24%
MESSAGGERO DEL LUNEDI'	EDITORIALE FVG SOCIETA' PER AZIONI	3.303.326	3.012.099	0,08%
MESSAGGERO VENETO	EDITORIALE FVG SOCIETA' PER AZIONI	20.153.402	18.311.926	0,52%
METRO	EDIZIONI METRO SRL	153.101.481	148.992.686	4,19%
METROPOLI DAY (GIA' METROPOLI)	SETTE MARI PICCOLA SCARL	788.200	788.200	0,02%
METROPOLIS	STAMPA DEMOCRATICA 95 SRL	2.439.717	2.439.717	0,07%
MEZZOGIORNO ECONOMIA	EDITORIALE VESUVIO SRL	1.547.247	1.434.758	0,04%
MF MILANO FINANZA	MILANO FINANZA EDITORI S.P.A.	21.995.771	21.995.771	0,62%
NOTIZIE VERDI (AGENZIA QUOTIDIANA DI INFORMAZIONE DEI VERDI ITALIANI)	UNDCIDUE SRL	6.247.000	6.247.000	18%
NUOVA GAZZETTA DI CASERTA	EDIZIONI GIORNALI QUOTIDIANI PICCOLA SOC. COOP. A.R.L.	167.0592	121.7916	0,03%
NUOVA GAZZETTA DI MODENA	FINEGIL EDITORIALE SPA	5.957.289	5.519.350	0,16%
NUOVO CORRIERE BARISERA	EDITORIALE GIORNALISTI ASSOCIATI SCRL	912.812	638.968	0,02%
NUOVO OGGI	EDITORIALE CIOCIARIA OGGI SRL	7.876.221	7.876.221	0,22%
NUOVO QUOTIDIANO DI PUGLIA	ALFA EDITORIALE SRL	9.600.206	8.919.911	0,25%
OPINIONE NUOVE LIBERO QUOTIDIANO	C.E.L. COOPERATIVA EDITORIALE LIBERO PICCOLA S.C.R.L.	82.232.751	70.047.740	1,97%
ORE 12	CENTRO STAMPA REGIONALE SOC.COOP.A.R.L.	441.796	367.284	0,01%
OTTOPAGINE	L'APPRODO SRL	1.719.450	1.719.450	0,05%
PRIMORSKI DNEVNIK	PRAE PROMOZIONE ATTIVITA EDITORIALE SRL	3.319.105	3.167.000	0,09%
PUGLIA PRESS (GIA' MARTINA SERA)	PROMOSET S.R.L.	1.473.000	1.473.000	0,04%
PUGLIA QUOTIDIANO DI VITA REGIONALE	ESSEPTIS.C.A.R.L.	1.599.209	1.552.630	0,04%
QS - QUOTIDIANO SOCIALE DI ANGELI	ANGELI EDITORI PICC. SOC. COOP. GIORN. A.R.L.	47.300	47.300	0,00%
QUOTIDIANO DI FOGGIA E BARI	EDITORIALE NUOVA COMUNICAZIONE SRL	7.800.000	6.800.000	0,19%
QUOTIDIANO DI LECCE, BRINDISI, TARANTO	ALFA EDITORIALE SRL	170	100	0,00%
QUOTIDIANO DI SICILIA	EDISERVICE SRL	4.870.269	4.528.533	0,13%
RINASCITA	RINASCITA SOC. COOP ED A.R.L.	4.828.200	4.591.500	0,13%
ROMA	EDIZIONI DEL ROMA SOC. COOP A.R. L.	7.369.243	6.828.177	0,19%
SCUOLA E INSEGNANTI	EDITORIALE BM ITALIANA SRL	279.000	279.000	0,01%
SCUOLA SNALS	EDITORIALE BM ITALIANA SRL	10.099.000	10.099.000	0,28%
SECOLO D'ITALIA	SECOLO D'ITALIA	6.385.742	5.586.566	0,16%
SICUREZZA SOCIALE	IMPEGNO SOCIALE PICCOLA SOC. COOP GIORN. A.R.L.	726.874	604.850	0,02%
STAFFETTA QUOTIDIANA	RIPRIVISTA ITALIANA PETROLIO S.R.L.	422.440	394.828	0,01%
TUTTO MERCATO	ALFA EDITORIALE SRL	2.373.962	2.254.135	0,06%
TUTTO SPORT	NUOVA EDITORIALE SPORTIVA S.R.L.	73.206.187	68.937.053	1,94%
ULTIME NOTIZIE REGGIO	GIORNALE DI REGGIO SRL	752.558	752.558	0,02%
		<b>3.812.133.069</b>	<b>3.552.428.333</b>	<b>100%</b>

## Prospetto 2. Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Nord-Ovest Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia, Liguria (2006)

TESTATA	IMPRESA	TIRATURA LORDA	TIRATURA NETTA	% SUTIRATURA NETTA
AVVENIRE	AVVENIRE NUOVA EDITORIALE ITALIANA SPA	48.445.893	45.633.636	2,65%
BRESCIAOGGI	EDIZIONI BRESCIA SPA	6.938.665	5.799.400	0,34%
CITY BARI	CITY ITALIA S.P.A.	5.862.530	5.468.000	0,32%
CITY BOLOGNA	CITY ITALIA S.P.A.	8.493.710	8.052.800	0,47%
CITY FIRENZE	CITY ITALIA S.P.A.	8.456.568	8.085.500	0,47%
CITY GENOVA	CITY ITALIA SPA	6.927.356	6.573.000	0,38%
CITY MILANO	CITY MILANO S.P.A.	48.220.708	46.406.780	2,69%
CITY NAPOLI	CITY ITALIA S.P.A.	12.727.744	12.063.600	0,70%
CITY ROMA	CITY ITALIA S.P.A.	38.899.512	37.229.262	2,16%
CITY TORINO	CITY ITALIA SPA	16.773.397	16.414.000	0,95%
CITY VERONA	CITY ITALIA SPA	3.478.750	3.119.000	0,18%
CORRIERE DELLA SERA	R.C.S. EDITORI S.P.A.	310.129.883	295.017.087	17,11%
CORRIERE DELLA SERA - ANTEPRIMA	R.C.S. EDITORI S.P.A.	4.447.380	4.220.792	0,24%
CORRIERE DI COMO	EDITORIALE SRL	4.841.800	4.841.800	0,28%
CORRIERE MERCANTILE	GIORNALISTE POLIGRAFICI COOP. R.L.	5.659.982	4.353.344	0,25%
CRONACA	EDITORIALE ARGO SOCIETA' COOPERATIVA	16.033.270	15.547.152	0,90%
GAZZETTA DI MANTOVA	FINEGIL EDITORIALE SPA	14.779.866	14.146.953	0,82%
GIORNALE DI BRESCIA	EDITORIALE BRESCIANA S.P.A.	21.822.813	21.822.813	1,27%
IL CITTADINO	EDITORIALE LAUDENSE SRL	4.613.699	3.690.959	0,21%
IL FOGLIO QUOTIDIANO	IL FOGLIO QUOTIDIANO SCARL	25.930.417	23.024.721	1,34%
IL GIORNALE	SOCIETA' EUROPEA DI EDIZIONI SPA	123.482.186	116.206.894	6,74%
IL GIORNO	POLIGRAFICI EDITORIALE SPA	46.204.259	40.435.168	2,35%
IL NUOVO GIORNALE DI BERGAMO	BERGAMO INIZIATIVE EDITORIALI S.R.L.	1.397.800	1.397.800	0,08%
IL SECOLO XIX	SOCIETA' EDIZIONI E PUBBLICAZIONI S.P.A.	50.854.782	46.957.702	2,72%
IL SOLE 24 ORE	IL SOLE 24 ORE S.P.A.	163.647.717	150.506.603	8,73%
ITALIAOGGI	ITALIA OGGI EDITORI ERINNE SRL	37.288.307	37.288.307	2,16%
LA CRONACA	COOPERATIVA NUOVA INFORMAZIONE A.R.L.	2.541.000	2.541.000	0,15%
LA GAZZETTA DELLO SPORT	R.C.S. EDITORI S.P.A.	200.784.859	188.675.840	10,94%
LA PADANIA - LA VOCE DEL NORD	EDITORIALE NORD SOC. COOP. A.R.L.	19.730.035	18.797.820	1,09%
LA PREALPINA	LA PREALPINA SRL	9.821.636	8.594.186	0,50%
LA PROVINCIA	LA PROVINCIA DI COMO EDITORIALE SPA	21.395.615	19.592.068	1,14%
LA PROVINCIA	S.E.C. SOCIETA' EDITORIALE CREMONESE SPA	9.983.834	9.983.834	0,58%
LA PROVINCIA PAVESE	E.A.G. SPA	8.761.070	8.307.740	0,48%
LA STAMPA	EDITRICE LA STAMPA SPA	160.102.447	149.797.547	8,69%
LA VOCE DI MANTOVA	VIDIEME SCARL	2.113.200	2.113.200	0,12%
L'AVVISATORE MARITTIMO	L'AVVISATORE MARITTIMO SRL	444.350	337.719	0,02%
L'ECO DI BERGAMO	SASAAB SPA	23.681.173	22.970.998	1,33%
LO SPORTSMAN CAVALLI & CORSE	COEDIP SCRL	8.965.469	7.376.569	0,43%

TESTATA	IMPRESA	TIRATURA LORDA	TIRATURA NETTA	% SUTIRATURA NETTA
METRO	EDIZIONI METRO SRL	153.101.481	148.992.686	8,64%
MF MILANO FINANZA	MILANO FINANZA EDITORIS.P.A.	21.995.771	21.995.771	1,28%
OPINIONE NUOVE LIBERO QUOTIDIANO	C.E.L. COOPERATIVA EDITORIALE LIBERO PICCOLA S.C.R.L.	82.232.751	70.047.740	4,06%
TUTTOSPORT	NUOVA EDITORIALE SPORTIVA S.R.L.	73.206.187	68.937.053	4,00%
ULTIME NOTIZIE REGGIO	GIORNALE DI REGGIO SRL	752.558	752.558	0,04%
		<b>1.835.972.430</b>	<b>1.724.117.402</b>	<b>100,00%</b>

### Prospetto 3. Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Nord-Est Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna (2006)

TESTATA	IMPRESA	TIRATURA LORDA	TIRATURA NETTA	% SUTIRATURA NETTA
ALTOADIGE/CORRIEREDELLEALPI/TRENTINO	S.E.T.A. SOCIETA' EDITRICE TIPOGRAFICA ATESINA			
ARTIGIANATO E PICCOLA-MEDIA I. DELL'E.R.	SOCIETA' PER AZIONI, IN SIGLA S.E.T.A. S.P.A.	16.959.679	16.110.178	4,46%
CORRIERE	EDITORIALE ARTIGIANATO E PICCOLA IMPRESA EMILIA ROMAGNA SRL I.158.300	1.111.895	1.111.895	0,31%
CORRIERE DEL TRENTINO	COOPERATIVA EDITORIALE GIORNALI ASSOCIATI A.R.L.	6.103.400	6.103.400	1,69%
CORRIERE DEL VENETO	EDITORIALE TRENTINO ALTO ADIGE S.R.L.	2.912.582	2.660.787	0,74%
CORRIERE DELL'ALTO ADIGE	EDITORIALE VENETO SRL	18.764.234	17.472.381	4,83%
DIE NEUE SUEDTIROLER TAGESZEITUNG	EDITORIALE TRENTINO ALTO ADIGE S.R.L.	2.034.483	1.759.892	0,49%
DOLOMITEN	DIE NEUE SUEDTIROLER TAGESZEITUNG SRL "G.M.B.H"	2678309	2600300	0,72%
GAZZETTA DELL'UNEDI'	ATHESIA DRUCK S.R.L.	17.918.193	16.805.534	4,65%
GAZZETTA DI REGGIO	GIORNALISTI E POLIGRAFICI COOP. R.L.	1.336.777	1.096.068	0,30%
IL DOMANI DI BOLOGNA	FINEGIL EDITORIALE SPA	6.680.180	6.394.693	1,77%
IL GAZZETTINO	EDITORIALE BOLOGNA SRL	1.597.000	1.597.000	0,44%
IL GIORNALE DELL'EMILIA ROMAGNA	SOCIETA' EDITRICE PADANA S.P.A.	48.723.567	45.682.538	12,64%
IL GIORNALE DI VICENZA	GIORNALE DI REGGIO SRL	816.668	816.668	0,23%
IL PICCOLO	SOCIETA' ATHESIS SPA	19.217.924	18.053.700	5,00%
IN CITTA' TRIESTE E DINTORNI	FINEGIL EDITORIALE SPA	13.973.817	13.309.239	3,68%
INCITTA' E DINTORNI BRESCIA	EDITORIALE FVG SOCIETA' PER AZIONI	16.154.167	15.366.000	4,25%
INCITTA' VERONA	EDITORIALE FVG SOCIETA' PER AZIONI	2.524.400	2.403.650	0,67%
LA NUOVA DI VENEZIA E MESTRE	POLIGRAFICI EDITORIALE SPA	86.412.661	76.142.204	21,07%
LA NUOVA FERRARA	IMPRESE TIPOGRAFICHE VENETE SPA	4.901.502	4.032.315	1,12%
LA TRIBUNA DI TREVISO	NUOVA EDITORIALE SRL	4.165.010	3.621.550	1,00%
LA VOCE DI ROMAGNA	NUOVA EDITORIALE SRL	1.241.030	951.900	0,26%
LA VOCE NUOVA	NUOVA EDITORIALE SRL	4.102.575	3.624.000	1,00%
LADIGE	FINEGIL EDITORIALE SPA	6.772.948	5.942.871	1,64%
	FINEGIL EDITORIALE SPA	5.517.777	5.245.256	1,45%
	FINEGIL EDITORIALE SPA	8.760.059	8.256.591	2,28%
	EDITRICE LA VOCE SRL	5.964.126	4.455.138	1,23%
	COOPERATIVA EDITORIALE INFORMAZIONE STAMPA			
	C.E.I.S. SOC. COOP. ARL			
	S.I.E. S.P.A. SOCIETA' INIZIATIVE EDITORIALI	2.615.873	1.463.077	0,40%
		11.397.203	11.056.480	3,06%

TESTATA	IMPRESA	TIRATURA LORDA	TIRATURA NETTA	% SUTIRATURA NETTA
L'ARENA	SOCIETA' ATHEISIS SPA	22.412.915	21.111.150	5,84%
LIBERTA', LIBERTA' LUNEDI' SETTIMO NUMERO DI LIBERTA'	STABILIMENTO TIPOGRAFICO PIACENTINO SAPA	13.480.270	12.696.308	3,51%
L'INFORMAZIONE	EDITORIALE TRICOLORE S.R.L.	3.631.876	2.644.846	0,73%
MESSAGGERO DEL LUNEDI'	EDITORIALE FVG SOCIETA' PER AZIONI	3.303.326	3.012.099	0,83%
MESSAGGERO VENETO	EDITORIALE FVG SOCIETA' PER AZIONI	20.153.402	18.311.926	5,07%
METROPOLI DAY (GIA' METROPOLI)	SETTE MARI PICCOLA SCARL	788.200	788.200	0,22%
NUOVA GAZZETTA DI MODENA	FINEGIL EDITORIALE SPA	5.957.289	5.519.350	1,53%
PRIMORSKI DNEVNIK	PRAE PROMOZIONE ATTIVITA' EDITORIALE SRL	3.319.105	3.167.000	0,88%
		<b>394.450.827</b>	<b>361.386.184</b>	<b>100,00%</b>

### Prospetto 4. Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Centro Toscana, Marche, Umbria, Lazio, Abruzzo (2006)

TESTATA	IMPRESA	TIRATURA LORDA	TIRATURA NETTA	% SUTIRATURA NETTA
ABRUZZO OGGI	EDITORIALE ABRUZZO SOC. COOP.	737.925	737.925	0,07%
CONQUISTE DEL LAVORO	CONQUISTE DEL LAVORO SRL	19.002.700	19.002.700	1,79%
CORRIERE	EDITORIALE QUOTIDIANI SRL	5.315.055	4.622.666	0,44%
CORRIERE ADRIATICO	SOCIETA' EDITORIALE ADRIATICA SPA	10.665.128	9.304.619	0,88%
CORRIERE DELLO SPORT STADIO	CORRIERE DELLO SPORT S.R.L.	159.220.310	147.867.087	13,95%
EDITORIALE OGGI	NUOVA EDITORIALE OGGI SRL	4.345.416	4.345.416	0,41%
EUROPA	EDIZIONI DLM EUROPA	14.841.209	13.125.228	1,24%
GAZZETTA ASTE E APPALTI PUBBLICI	EDITRICE S.I.F.I.C. SOCIETA' ITALIANA FINANZIARIA			
	IMMOBILIARE E COMMERCIALE S.R.L.	1.009.960	997.560	0,09%
IL CAMPANILE NUOVO	SOCIETA' COOPERATIVA EDITRICE IL CAMPANILE NUOVO A.R.L.	1.375.328	1.123.290	0,11%
IL CENTRO	FINEGIL EDITORIALE SPA	10.931.164	10.145.618	0,96%
IL CITTADINO OGGI	EDITRICE GRAFIC COOP. SOCIETA' COOPERATIVA DI GIORNALISTI A.R.L.	5.232.600	5.232.600	0,49%
IL CORRIERE	EDITORIALE 2000 SRL	4.805.473	3.800.029	0,36%
IL GIORNALE DELL'UMBRIA	GRUPPO EDITORIALE UMBRIA 1819 S.R.L.	2.142.400	2.142.400	0,20%
IL GIORNALE NUOVO DELLA TOSCANA	SOCIETA' TOSCANA DI EDIZIONI SPA	5.750.000	5.750.000	0,54%
IL LUNEDI' DE LA REPUBBLICA	GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO SPA	42.821.293	40.653.315	3,84%
IL MANIFESTO QUOTIDIANO COMUNISTA	IL MANIFESTO COOPERATIVA EDITRICE SCRL	294.668.36	280.115.08	2,64%
IL MESSAGGERO	IL MESSAGGERO SPA	116.089.054	109.666.267	10,35%
IL NUOVO RIFORMISTA	EDIZIONI RIFORMISTE PIC. SOC. COOP A.R.L.	9.197.175	9.197.175	0,87%
IL ROMANISTA	I ROMANISTI SRL	7.143.015	5.999.544	0,57%
IL TEMPO	SOCIETA' EDITRICE IL TEMPO SPA	33.881.352	29.326.487	2,77%
IL TIRRENO	FINEGIL EDITORIALE SPA	41.261.511	37.164.315	3,51%
IMPRESA ARTIGIANA	EDITART SRL	30322	30322	0,00%
ITALIA SERA	GIORNALISTI & POLIGRAFICI ASSOCIATI SCRL	1.015.892	849.640	0,08%
LA DISCUSSIONE - QUOTIDIANO DELL'UDC	EDITRICE EUROPA OGGI SRL	2.939.724	2.652.214	0,25%
LA NAZIONE	POLIGRAFICI EDITORIALE SPA	73.854.113	64.132.934	6,05%
LA PROVINCIA QUOTIDIANO	EFFE COOPERATIVA EDITORIALE A.R.L.	3.729.959	3.729.959	0,35%

TESTATA	IMPRESA	TIRATURA LORDA	TIRATURA NETTA	% SUTIRATURA NETTA
LA REPUBBLICA	GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO SPA	250.387.308	237.062.829	22,37%
LA VOCE DI CERVETERI	IMPEGNO SOCIALE PICCOLA SOC. COOP. GIORN. A.R.L.	726.874	604.850	0,06%
L'AGENZIA DI VIAGGI	LIBERI EDITORI SRL	678.754	678.754	0,06%
L'AVANTI!	INTERNATIONAL PRESS SCRL	4.471.016	3.915.980	0,37%
LEGGO	SIGMA EDITORIALE S.P.A.	170.827.074	160.808.755	15,18%
LIBERAZIONE GIORNALE COMUNISTA	M.R.C. SRL	16.808.189	15.378.032	1,45%
L'OPINIONE DELLE LIBERTA'	AMICI DEL L'OPINIONE SOC. COOP. GIORN. A.R.L.	1.502.538	1.123.660	0,11%
L'UMANITA'	EDIZIONI RIFORMISTE SCRL	453.218	376.803	0,04%
L'UNITA'	NUOVA INIZIATIVA EDITORIALE SPA	49.403.523	43.980.829	4,15%
NOTIZIE VERDI (AGENZIA QUOTIDIANA DI INFORMAZIONE DEL VERDI ITALIANI)	UNIDICIQUE SRL	6.247.000	6.247.000	0,59%
NUOVO OGGI	EDITORIALE CIOCIARIA OGGI SRL	7.876.221	7.876.221	0,74%
ORE 12	CENTRO STAMPA REGIONALE SOC. COOP. A.R.L.	441.796	367.284	0,03%
QS - QUOTIDIANO SOCIALE DI ANGELI	ANGELI EDITORI PICC. SOC. COOP. GIORN. A.R.L.	47.300	47.300	0,00%
RINASCITA	RINASCITA SOC. COOP. ED. A.R.L.	4.828.200	4.591.500	0,43%
SCUOLA E INSEGNANTI	EDITORIALE BM ITALIANA SRL	279.000	279.000	0,03%
SCUOLA SNALS	EDITORIALE BM ITALIANA SRL	10.099.000	10.099.000	0,95%
SECOLO D'ITALIA	SECOLO D'ITALIA	6.385.742	5.586.566	0,53%
SICUREZZA SOCIALE	IMPEGNO SOCIALE PICCOLA SOC. COOP. GIORN. A.R.L.	726.874	604.850	0,06%
STAFFETTA QUOTIDIANA	RIPRIVISTA ITALIANA PETROLIO S.R.L.	422.440	394.828	0,04%
			<b>1.059.634.859</b>	

## Prospetto 5. Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Sud Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna (2006)

TESTATA	IMPRESA	TIRATURA LORDA	TIRATURA NETTA	% SUTIRATURA NETTA
CORRIERE DEL GIORNO DI PUGLIA E LUCANIA	COOPERATIVA	3.707.316	3.605.116	0,89%
CORRIERE DEL MEZZOGIORNO	EDITORIALE VESUVIO SRL	13.345.792	12.369.656	3,04%
CORRIERE DEL MEZZOGIORNO - BARI E PUGLIA	EDITORIALE VESUVIO SRL	10.642.594	10.112.647	2,48%
CORRIERE DELL'IRPINIA	EDIZIONI PROPOSTA SUD	986.941	398.204	0,10%
CORRIERE DI CASERTA	LIBRA EDITRICE PICCOLA SOC. COOP. A.R.L.	5.480.912	4.914.004	1,21%
CORRIERE ECONOMIA - CORRIERE DEL MEZZOGIORNO	EDITORIALE VESUVIO SRL	251.542	232.263	0,06%
CRONACHE DI NAPOLI	LIBRA EDITRICE PICCOLA SOC. COOP. A.R.L.	6.767.646	6.075.088	1,49%
DEMOCRAZIA CRISTIANA	BALENA BIANCA PICCOLA SCARL	1.085.000	1.085.000	0,27%
DOSSIER NEWS DI CASERTA IL GIORNALE	DOSSIER SOC. COOP. D'INF. SERV. E PUB. RELAZ.	878.335	878.335	0,22%
GAZETTA SHQIPTARE	SOCIETA' P.A. EDITRICE DEL SUD - EDISUD SPA	1.709.461	1.709.461	0,42%
GAZZETTA DEL SUD	SOCIETA' EDITRICE SICILIANA	28.669.359	25.811.838	6,34%
GIORNALE DI SICILIA	GIORNALE DI SICILIA EDITORIALE POLIGRAFICA SPA	33.699.873	30.155.323	7,40%
IL DENARO	EDIZIONI DEL MEDITERRANEO S. C. GIORNALISTICA A.R.L.	2.798.793	2.579.059	0,63%
IL DOMANI	T. & P. EDITORI SRL	3.093.800	2.842.600	0,70%
IL GIORNALE DI CALABRIA	EDITORIALE '91 SCRL	269.500	269.500	0,07%

TESTATA	IMPRESA	TIRATURA LORDA	TIRATURA NETTA	% SUTIRATURA NETTA
IL MATTINO	EDILME - EDIZIONI MERIDIONALI SPA	43.077.619	40.913.908	10,05%
IL QUOTIDIANO	FINANZIARIA EDITORIALE S.R.L.	9.122.983	8.200.446	2,01%
IL QUOTIDIANO DEL GOLFO	SOC. COOP. A.R.L. GIORNALISTI STAMPA LOCALE ISCHIA	134.800	125.300	0,03%
IL SALERNITANO	ARCADIO SOCIETA' COOPERATIVA	1.192.401	1.036.876	0,25%
IL SANNIO QUOTIDIANO	PAGINE SANNITE SCRL	3.515.915	2.732.260	0,67%
E POLIS	E POLIS S.P.A.	100.276.732	90.771.594	22,29%
LA CITTA' - QUOTIDIANO DI SALERNO E PROVINCIA	EDITORIALE LA CITTA' SPA	4.099.775	3.561.621	0,87%
LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO	SOCIETA' P.A. EDITRICE DEL SUD - EDISUD SPA	25.408.270	24.230.713	5,95%
LA NUOVA BASILICATA	ALICE MULTIMEDIALE SRL	69.230	69.230	0,02%
LA NUOVA SARDEGNA	EDITORIALE LA NUOVA SARDEGNA SPA	1.680.179	1.680.179	0,41%
LA SICILIA	DOMENICO SANFILIPPO EDITORE SPA	26.712.767	25.077.256	6,16%
LA VERITA	EDITORIALE LA VERITA' SOC. COOP. GIORNALISTICA A.R.L.	28.664.364	27.140.508	6,66%
LA VOCE DELLA CITTA' TARANTO LE NEWS DELLA SERA	L'EDITORIALE S.R.L.	2.139.554	1.687.500	0,41%
LA VOCE REPUBBLICANA	NUOVE POLITICHE EDITORIALI PICC. SOC. COOPGIORN. ARL	1.511.076	1.320.950	0,32%
L'ALTRO FAX	EDIGIORNALISTI - SOCIETA' COOPERATIVA GIORNALISTICA A.R.L.	583.296	352.260	0,09%
L'INDIPENDENTE	EDIZIONI DEL MEZZOGIORNO SRL	574.200	574.200	0,14%
L'INFORMATORE SPORTIVO	L'UNIONE SARDA SPA	4.345.849	3.711.667	0,91%
L'UNIONE SARDA	L'UNIONE SARDA SPA	4.184.820	4.061.463	1,00%
METROPOLIS	STAMPA DEMOCRATICA SPA	28.234.260	27.196.568	6,68%
MEZZOGIORNO ECONOMIA	EDITORIALE VESUVIO SRL	2.439.717	2.439.717	0,60%
NUOVA GAZZETTA DI CASERTA	EDIZIONI GIORNALI QUOTIDIANI PICCOLA SOC. COOP. A.R.L.	1.547.247	1.434.758	0,35%
NUOVO CORRIERE BARISERA	EDITORIALE GIORNALISTI ASSOCIATI SCRL	1670592	1217916	0,30%
NUOVO QUOTIDIANO DI PUGLIA	ALFA EDITORIALE SRL	912.812	638.968	0,16%
OTTOPAGINE	L'APPRODO SRL	9.600.206	8.919.911	2,19%
PUGLIA PRESS (GIA' MARTINA SERA)	PROMOSETS.R.L.	1.719.450	1.719.450	0,42%
PUGLIA QUOTIDIANO DI VITA REGIONALE	ESSEPI S.C. A.R.L.	1.473.000	1.473.000	0,36%
QUOTIDIANO DI FOGGIA E BARI	EDITORIALE NUOVA COMUNICAZIONE SRL	1.599.209	1.552.630	0,38%
QUOTIDIANO DI LECCE, BRINDISI, TARANTO	ALFA EDITORIALE SRL	7.800.000	6.800.000	1,67%
QUOTIDIANO DI SICILIA	EDISERVICE SRL	170	100	0,00%
ROMA	EDIZIONI DEL ROMA SOC. COOP. A.R. L.	4.870.269	4.528.533	1,11%
TUTTOMERCATO	ALFA EDITORIALE SRL	7.369.243	6.828.177	1,68%
		2.373.962	2.254.135	0,55%
		<b>407.289.888</b>	<b>407.289.888</b>	<b>100,00%</b>

### ***I periodici***

Per quanto riguarda le testate periodiche, il campione estrapolato dall'Informativa Economica di Sistema, trasmessa annualmente dagli operatori, evidenzia, nel 2005, un arretramento medio delle vendite, riferito alle stesse testate prese in considerazione nel 2004, di circa il 6% per i settimanali e del 9% per quanto riguarda i mensili. Il dato è confermato dall'analisi dei ricavi da vendita di copie al netto dei prodotti collaterali, che indica un decremento nel 2005, rispetto all'esercizio precedente, pari all'1,5%.

L'incremento nei ricavi dalla vendita di copie dei principali gruppi si spiega, quindi, con il consistente ampliamento dell'offerta di prodotti collaterali, rafforzato dalle innovazioni introdotte nel portafoglio delle pubblicazioni di ciascun gruppo editoriale.

A differenza dei quotidiani, raffrontando gli esercizi finanziari 2004 e 2005, il dato concernente i ricavi per prodotti opzionali appare sensibilmente in crescita (+8,8%). Questo si spiega con la maggiore integrazione del prodotto editoriale collaterale nella rivista periodica, soprattutto se specializzata.

Inoltre, la sempre maggiore segmentazione dei periodici rispetto alle differenti aree tematiche e la loro specializzazione, nonché il conseguente ampliamento dell'offerta, conferma la l'efficacia delle strategie editoriali adottate e la loro capacità di soddisfare i bisogni di una platea di lettori molto differenziata.

Il valore stimato degli investimenti pubblicitari nel 2006 prospetta una crescita del 2,6% rispetto ai valori del 2005, confermando le tendenze già evidenziate, di una crescita che, grazie ai lanci di nuove testate e al *restyling* di quelle esistenti, è risultata superiore ai quotidiani e agli altri mezzi di comunicazione diversi da Internet.

## **■ 1.2.5. La pubblicità**

In considerazione dell'importanza che il mercato pubblicitario italiano riveste nell'ambito delle risorse complessive dei diversi mezzi di informazione e della peculiarità rinvenibile nella loro distribuzione nel mercato domestico, appare utile fornire un sintetica rappresentazione delle principali dinamiche presenti nel contesto internazionale.

### ***Il contesto internazionale ed europeo***

Nel 2006 gli investimenti pubblicitari mondiali, si sono attestati sul valore di 315 miliardi di euro (tabella 1.35) con una crescita del 6%, maggiore di quella registrata nel 2005, pari al 4,9%.

Con riferimento alle singole aree geografiche, Nord America ed Europa, i mercati più rilevanti, che assieme raccolgono il 68,9% degli investimenti mondiali, mostrano tassi di crescita rispettivamente pari al 5,2% e al 4,2%, leggermente inferiori alla media, che beneficia del maggior dinamismo di aree quali America Latina (+9,6%), Africa e Medio Oriente (+15,9%). Naturalmente, va considerato che queste aree, se pur in crescita, partono da situazioni assai meno sviluppate in termini di importanza del mercato pubblicitario: infatti, in valore, il Nord America registra il maggior incremento con una crescita di 6,6 miliardi di euro.

**Tabella 1.35.** Investimenti pubblicitari per area geografica (miliardi di euro)

	2004	2005	2006
Nord America	123,7	127,4	133,9
Europa	76,9	79,7	83,1
Asia\Oceania	57,9	61,1	65,3
America Latina	11,4	13,2	14,5
Africa e Medio Oriente	13,3	15,6	18,1
Totale	283,2	297,0	314,9

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Zenith Optimedia

La ripartizione degli investimenti per area geografica (tabella 1.36) denota una marcata stabilità nel periodo oggetto di analisi e conferma la *leadership* negli investimenti del Nord America con una quota del 42,5% nel 2006.

Nel triennio, si registra una leggera flessione della quota di investimenti in Europa, mentre risulta stabile la quota destinata all'area asiatica. Viceversa, aumenta di un punto percentuale la quota di Africa e Medio Oriente, che nel 2006 totalizzano il 5,7% degli investimenti complessivi.

**Tabella 1.36.** Investimenti pubblicitari per area geografica (%)

	2004	2005	2006
Nord America	43,7	42,9	42,5
Europa	27,1	26,8	26,4
Asia\Oceania	20,5	20,6	20,8
America Latina	4,0	4,5	4,6
Africa e Medio Oriente	4,7	5,2	5,7
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Zenith Optimedia

Il dettaglio degli investimenti sui singoli mezzi riferito al continente europeo (tabella 1.37) evidenzia, che la stampa, nel suo complesso, rimane il mezzo principale nella raccolta di investimenti, toccando nel 2006 il valore di 40 miliardi di euro.

Tuttavia, considerando separatamente la raccolta sui quotidiani da quella sui periodici, la televisione, che a partire dal 2003 ha superato la stampa quotidiana per volume di investimenti, mantiene la *leadership* nel triennio oggetto di analisi.

Il tasso di crescita complessivo degli investimenti è stato del 4,2% nel 2006, con un miglioramento rispetto al risultato del 2005 (+3,7%). L'andamento europeo è, dunque, in linea con la tendenza degli investimenti mondiali che hanno registrato una crescita importante nel 2004, un rallentamento nel 2005 e una nuova accelerazione nel 2006.

Il mezzo televisivo si distingue per dinamicità con una crescita del 5%, mentre, nei nuovi media, Internet si conferma come la realtà più interessante, con dei tassi di crescita largamente superiori agli altri mezzi attestandosi, nel periodo oggetto di analisi, su una crescita media del 34,6%.

**Tabella 1.37.** Investimenti pubblicitari in Europa (miliardi di euro)

	2004	2005	2006
Televisione	25,9	26,7	28,1
Stampa	38,9	39,8	40,7
di cui quotidiani	24,4	25,0	25,5
di cui periodici	14,5	14,8	15,2
Pubblicità esterna	5,2	5,3	5,5
Radio	4,4	4,6	4,8
Internet	1,8	2,6	3,3
Cinema	0,7	0,7	0,7
Totale	76,9	79,7	83,1

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Zenith Optimedia

L'analisi della composizione percentuale delle quote di investimenti (tabella 1.38) evidenzia stabilità nelle preferenze degli investitori: in particolare, si registra il mantenimento della posizione della televisione, una leggera flessione della stampa controbilanciata dall'incremento di internet che accresce la propria quota di mercato pur rimanendo, come peso complessivo, marginale rispetto ai mezzi classici (3,9% sul totale degli investimenti nel 2006). Pubblicità esterna, radio e cinema non mutano la propria posizione nel periodo in esame.

**Tabella 1.38.** Investimenti pubblicitari in Europa (%)

	2004	2005	2006
Televisione	33,7	33,5	33,8
Quotidiani	31,7	31,3	30,8
Periodici	19,0	18,6	18,2
Pubblicità esterna	6,6	6,6	6,6
Radio	5,7	5,8	5,8
Internet	2,4	3,3	3,9
Cinema	0,9	0,9	0,9
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Zenith Optimedia

### **Gli investimenti sul mercato italiano**

Gli investimenti nel mercato italiano (tabella 1.39)<sup>36</sup> sono stati pari a 9,2 miliardi di euro<sup>37</sup> nel 2006, rappresentando circa l'11% del valore complessivo degli investimenti pubblicitari in ambito europeo.

La crescita complessiva degli investimenti è pari al 2,6%.

<sup>36</sup> Le ricerche che si occupano di censire gli investimenti sul mercato italiano possono presentare, anche in relazione a diversi approcci metodologici, differenze non marginali in termini di valore degli investimenti. Dunque, per l'analisi del mercato italiano si è ritenuto corretto utilizzare tanto la stessa fonte riportata per la valutazione del contesto mondiale ed europeo (Zenith), quanto una fonte con valenza esclusivamente nazionale (UPA).

<sup>37</sup> Tali valori rappresentano la spesa in pubblicità delle imprese inserzioniste e non i ricavi pubblicitari delle imprese proprietari dei mezzi. La differenza è data, nella sostanza, dalle commissioni percepite dalle agenzie e dai centri media ed in generale dai costi di produzione. I valori indicati nella tabella 1.39 (4,9 miliardi di euro) non sono ovviamente omogenei con quanto indicato nella figura 1.43 del paragrafo 1.2.2. in termini di ricavi pubblicitari del mezzo televisivo (3,9 miliardi di euro).

La televisione appare catalizzare le scelte degli investitori, sfiorando i 5 miliardi di euro nel 2006. La stampa, in coerenza con il dato europeo, vede prevalere in valore gli investimenti sui quotidiani; questi, tuttavia, nel 2006 crescono del 1,6% contro il 2,7% dei periodici che confermano andamenti di crescita più rilevanti rispetto alla stampa quotidiana.

Il dato sulla pubblicità esterna appare stabile nel periodo. La radio, che nel 2004 aveva registrato un importante tasso di crescita, nel successivo biennio consolida i risultati raggiunti. In leggera flessione appare la pubblicità attraverso i canali cinematografici. Internet è il mezzo che, anche in Italia, mostra i più elevati tassi di crescita (+9% nel 2004, +22% nel 2005, +29% nel 2006), anche se bisogna considerare che continua ad assumere una importanza secondaria nell'ambito degli investimenti pubblicitari.

**Tabella 1.39.** Investimenti pubblicitari in Italia (milioni di euro)

	2004	2005	2006
Televisione	4.703	4.842	4.955
Stampa	2.820	2.912	2.973
di cui quotidiani	1.595	1.637	1.664
di cui periodici	1.225	1.275	1.309
Pubblicità esterna	524	536	551
Radio	540	543	551
Internet	107	130	168
Cinema	79	73	69
Totale	8.773	9.036	9.267

Fonte: elaborazioni Autorità su dati UPA e Zenith Optimedia

Se si analizza il differenziale fra i tassi di crescita italiani ed europei (tabella 1.40), si osserva che nel 2006 mediamente gli investimenti in Italia sono cresciuti con tassi di crescita inferiori rispetto a quelli dell'area europea.

Questa differenziazione è più marcata nei media tradizionali con un -2,6 della televisione e un -2,8 per la radio, mentre i quotidiani e i periodici, nel 2006, appaiono in linea con la media europea. Gli investimenti su internet, forse anche a causa di ritardi pregressi, segnano per la prima volta nel 2006 tassi di crescita superiori in Italia rispetto alla media europea. Anche nel 2006 gli investimenti destinati al cinema confermano una flessione, come nel 2005.

**Tabella 1.40.** Differenziale nei tassi di crescita fra Italia ed Europa

	2004	2005	2006
Televisione	1,9	(0,1)	(2,6)
Quotidiani	(1,9)	0,2	(0,8)
Periodici	(2,9)	2,1	0,6
Pubblicità esterna	0,9	(2,0)	(1,0)
Radio	7,7	(4,6)	(2,8)
Internet	(28,5)	(17,5)	2,0
Cinema	7,9	(11,6)	(7,8)
Media	0,9	(0,7)	(1,7)

Fonte: elaborazioni Autorità su dati UPA e Zenith Optimedia

La ripartizione degli investimenti (tabella 1.41) conferma che la televisione raccoglie in Italia più del 50% degli investimenti complessivi, diversamente dal contesto europeo dove tale valore si attesta al 34%.

Specularmente, la stampa, che in Europa raccoglie circa il 50% delle risorse destinate alla pubblicità, in Italia si attesta su valori di poco superiori al 30%.

La pubblicità esterna e la radio raccolgono quote di investimenti intorno al 6%, dato in linea con la media europea.

Internet, con una quota di 1,8%, è largamente al di sotto della media europea dove gli investimenti pubblicitari sulla rete coprono il 3,9% del valore complessivo: la recente crescita degli investimenti su internet non ha, dunque, ancora colmato la distanza rispetto agli altri paesi europei.

**Tabella 1.41. Investimenti pubblicitari in Italia (%)**

	2004	2005	2006
Televisione	53,6	53,7	53,5
Stampa	32,2	32,2	32,1
di cui quotidiani	18,2	18,1	18,0
di cui periodici	14,0	14,1	14,1
Pubblicità esterna	6,0	5,9	6,0
Radio	6,1	6,0	5,9
Internet	1,2	1,4	1,8
Cinema	0,9	0,8	0,7
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati UPA e Zenith Optimedia

Con riferimento alla composizione merceologica degli investimenti pubblicitari nei mezzi relativamente al 2006 e 2005 (tabelle 1.42 e 1.43), nel complesso non emergono particolari mutamenti. I settori del comparto alimentare, automobilistico e delle telecomunicazioni costituiscono da soli circa il 35% degli investimenti complessivi.

Con riferimento ai singoli mezzi, gli investimenti sulla televisione sono in prevalenza costituiti dai tre settori sopra menzionati, mentre quasi un quarto della pubblicità sulla radio, in correlazione con l'elevato ascolto nelle autovetture, è costituita dal settore automobilistico, che peraltro rappresenta quasi il 30% della spesa complessiva indirizzata nel cinema, che mostra, nel complesso, una flessione rispetto al 2005.

Editoria quotidiana, periodica e internet sembrano mezzi assai meno specializzati in termini di assorbimento di investimenti da parte di un singolo settore, e nel 2006, tra il 40 ed il 50% degli investimenti comprende generi non evidenziati nelle tabelle.

Questo può forse spiegarsi con la strutturale maggiore "specializzazione" che caratterizza l'editoria (ma anche internet) con i numerosi generi, anche di nicchia, che compongono l'offerta editoriale.

Nell'ambito della pubblicità nell'editoria, mostra un discreto dinamismo la *free press*, che vede aumentare la propria raccolta di quasi il 9%, contro una media del comparto editoriale inferiore al 3%.

**Tabella 1.42.** Investimenti pubblicitari sul mezzo per categorie merceologiche (2006 in %)

	Totale	TV	Radio	Quotidiani	Periodici	Esterna	Cinema	Internet
Alimentari	13,6	20,7	5,4	1,8	6,6	5,9	18,8	1,2
Automobili	12,3	12,3	23,3	14,3	5,3	16,8	29,1	6,0
Telecomunicazioni	8,5	11,6	4,1	3,9	3,3	10,9	5,5	9,8
Media/Editoria	6,0	2,2	1,7	5,2	21,6	13,6	5,8	1,3
Bevande/Alcolici	6,0	8,7	4,3	2,1	1,9	5,4	8,3	1,1
Abbigliamento	5,9	6,4	18,1	3,8	2,2	3,7	4,9	9,1
Finanza/Assicurazioni	4,7	3,4	7,0	8,5	3,4	4,0	2,5	12,8
Toiletries	4,4	4,3	1,8	0,8	10,4	0,7	3,1	1,5
Cura persona	3,9	5,7	1,5	0,4	3,1	0,7	1,5	0,7
Gestione casa	3,9	2,7	6,7	8,2	1,8	10,5	0,4	2,5
Altre	30,8	22,0	26,1	51,0	40,4	27,8	20,1	54,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Nielsen

**Tabella 1.43.** Investimenti pubblicitari sul mezzo per categorie merceologiche (2005 in %)

	Totale	TV	Radio	Quotidiani	Periodici	Esterna	Cinema	Internet
Alimentari	13,9	20,7	6,0	1,8	6,5	5,8	17,9	1,5
Automobili	11,9	11,5	21,8	15,6	5,6	12,5	28,3	4,9
Telecomunicazioni	8,8	11,0	6,9	5,3	3,8	12,1	5,4	12,2
Media/Editoria	6,6	7,3	17,7	4,5	2,6	5,0	2,8	10,8
Bevande/Alcolici	6,1	8,7	5,1	1,7	2,0	4,2	7,4	1,3
Abbigliamento	5,5	2,2	2,1	3,8	19,8	17,6	5,6	1,0
Finanza/Assicurazioni	4,8	4,0	8,2	7,5	3,1	3,0	6,2	11,3
Toiletries	4,0	5,9	1,5	0,3	2,8	0,7	2,6	0,8
Cura persona	4,0	3,8	1,9	0,7	10,3	0,7	2,5	0,9
Gestione casa	3,6	5,7	1,3	0,3	1,6	0,3	0,7	0,2
Altre	30,8	19,2	27,5	58,5	41,9	38,1	20,6	55,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Nielsen

Anche con riguardo alla distribuzione degli investimenti pubblicitari dei singoli settori merceologici nei diversi mezzi (tabelle 1.44 e 1.45), il 2006 non presenta sensibili variazioni rispetto al 2005.

La televisione continua ad essere il mezzo preferito per gli investimenti del settore alimentare, gestione della casa e bevande e alcolici, mentre la stampa periodica è preferita in particolare per l'abbigliamento e la cura della persona.

Da segnalare infine come il peso degli investimenti destinati su internet cresca mediamente dall'1,7% del 2005 al 2,4% del 2006, e mostra un aumento particolarmente consistente per il comparto Finanza/Assicurazioni (dal 4% al 6,6% degli investimenti complessivi), grazie anche alla progressiva diffusione dei servizi finanziari e bancari *on line*, per Media/editoria (dal 2,8% al 3,7%) e Telecomunicazioni (dal 2,4 al 2,8%).

**Tabella 1.44.** Investimenti pubblicitari per categorie merceologiche sul mezzo (2006 in %)

	TV	Radio	Quotidiani	Periodici	Esterna	Cinema	Internet	Totale
Alimentari	85,5	2,1	2,2	7,6	1,0	1,3	0,2	100,0
Automobili	56,6	10,2	19,6	6,9	3,3	2,2	1,2	100,0
Telecomunicazioni	77,2	2,6	7,7	6,1	3,1	0,6	2,8	100,0
Media/Editoria	60,8	16,5	10,8	5,9	1,5	0,8	3,7	100,0
Bevande/Alcolici	81,4	3,8	5,8	5,0	2,2	1,3	0,5	100,0
Abbigliamento	20,2	1,5	14,5	56,9	5,4	0,9	0,5	100,0
Finanza/Assicurazioni	41,1	8,0	30,5	11,3	2,0	0,5	6,6	100,0
Toiletries	82,2	2,1	1,8	12,7	0,4	0,4	0,4	100,0
Cura Persona	55,5	2,3	2,9	37,5	0,4	0,7	0,8	100,0
Gestione Casa	87,3	2,7	1,4	7,8	0,3	0,4	0,2	100,0
Altre	34,3	5,4	31,8	20,6	2,9	0,6	4,4	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Nielsen

**Tabella 1.45.** Investimenti pubblicitari per categorie merceologiche sul mezzo (2005 in %)

	TV	Radio	Quotidiani	Periodici	Esterna	Cinema	Internet	Totale
Alimentari	86,0	2,2	2,2	7,1	1,0	1,3	0,2	100,0
Automobili	55,7	9,3	22,2	7,1	2,6	2,4	0,7	100,0
Telecomunicazioni	72,7	4,0	10,4	6,6	3,4	0,6	2,4	100,0
Media/Editoria	63,8	13,5	11,6	6,0	1,9	0,4	2,8	100,0
Bevande/Alcolici	82,7	4,2	4,8	4,9	1,7	1,3	0,4	100,0
Abbigliamento	23,2	1,9	11,6	54,1	7,8	1,0	0,3	100,0
Finanza/Assicurazioni	47,8	8,6	26,8	9,9	1,6	1,3	4,0	100,0
Toiletries	84,9	1,9	1,2	10,6	0,4	0,7	0,4	100,0
Cura Persona	54,2	2,4	3,1	38,9	0,4	0,6	0,4	100,0
Gestione Casa	89,9	1,8	1,3	6,5	0,2	0,2	0,1	100,0
Altre	36,0	4,5	32,2	20,5	3,0	0,7	3,0	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Nielsen

## ■ 1.2.6. L'evoluzione del quadro normativo in Italia

Nel periodo di riferimento (30 aprile 2006 – 1° maggio 2007) si sono registrati, nei vari settori di competenza dell'Autorità, gli interventi legislativi di seguito illustrati.

### **Tutela della concorrenza**

Si segnala, in primo luogo, che l'articolo 14bis del decreto legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, la c.d. "legge Bersani", ha dotato l'Autorità di un nuovo utile strumento di tutela della concorrenza nell'ambito e nei settori di competenza.

La norma citata ha, infatti, previsto la possibilità, fatte salve le prerogative dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato ai sensi della legge n. 287 del 1990,

in capo alle imprese operanti nel settore della comunicazione elettronica di formulare, nell'ambito dei procedimenti di competenza dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni in cui occorra promuovere la concorrenza nella fornitura delle reti e servizi di comunicazione elettronica ai sensi degli articoli 4 e 13 del Codice delle comunicazioni elettroniche di cui al decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, proposte di impegni finalizzate a migliorare le condizioni procompetitive del mercato.

In tali casi l'Autorità, qualora ritenga gli impegni proposti idonei ai fini rispettivamente indicati, può approvarli, con l'effetto di renderli obbligatori per l'impresa proponente. In caso di mancata attuazione degli impegni resi obbligatori dall'Autorità, trovano applicazione le sanzioni previste dalla disciplina vigente di settore. Qualora la proposta di impegno provenga da un'impresa incorsa in illecito non ancora punito, l'Autorità tiene conto dell'attuazione dell'impegno da essa approvato ai fini della decisione circa il trattamento sanzionatorio applicabile al caso concreto.

La procedura in materia di formulazione di impegni da parte degli operatori di settore ex articolo 14*bis* della legge n. 248/06 è stata disciplinata dalla delibera n. 645/06/CONS.

### **Trasparenza tariffaria**

Sul tema specifico della trasparenza tariffaria nel periodo di riferimento sono state introdotte importanti innovazioni con il decreto legge 31 gennaio 2007, n. 7, convertito dalla legge 2 aprile 2007, n. 40, recante "*Misure urgenti per la tutela dei consumatori, la promozione della concorrenza, lo sviluppo di attività economiche e la nascita di nuove imprese*" prevedendo, all'articolo 1, comma 2 che, al fine di consentire ai singoli consumatori adeguata possibilità di confronto, l'offerta tariffaria degli operatori telefonici deve evidenziare tutte le voci che compongono l'effettivo costo del traffico telefonico.

Lo stesso articolo, al comma 4, ha altresì stabilito che l'Autorità elabori le modalità attuative delle disposizioni di cui al citato comma 2 ed applica le relative sanzioni.

In attuazione di tale ultima previsione, l'Autorità ha quindi adottato la delibera n. 96/07/CONS, la quale stabilisce altresì i presidi sanzionatori applicabili. Infine, l'Autorità ha altresì adottato, ai sensi dell'articolo 71 del codice delle comunicazioni elettroniche, la delibera n. 126/07/CONS recante ulteriori misure a tutela dell'utenza finalizzate a facilitare la comprensione delle condizioni economiche dei servizi telefonici e la scelta tra le diverse offerte presenti sul mercato.

### **Sanzioni amministrative**

L'articolo 34 del decreto legge 3 ottobre 2006, n. 262, convertito dalla legge 24 novembre 2006, n. 286, ha modificato l'articolo 98 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259 recante il Codice delle comunicazioni elettroniche decuplicando gli importi massimi applicabili alle sanzioni pecuniarie irrogabili dall'Autorità per le violazioni del codice, ed inserendo il nuovo comma 17*bis* che espressamente esclude, con riguardo alle sanzioni amministrative irrogabili dall'Autorità, l'applicazione delle disposizioni sul pagamento in misura ridotta di cui all'articolo 16 della legge 24 novembre 1981, n. 689, e successive modificazioni.

Tale previsione appare in linea con i rilievi e le sollecitazioni formulate in argomento dalla stessa Autorità nella segnalazione al governo del 12 luglio 2006 effettuata ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 1 della legge 31 luglio 1997, n. 249.

### ***Tutela dei minori***

Con riferimento alla tutela dei minori nel settore audiovisivo si segnala l'adozione, nel periodo di riferimento, del decreto legge 8 febbraio 2007, n. 8, convertito dalla legge 4 aprile 2007, recante *"Misure urgenti per la prevenzione e la repressione di fenomeni di violenza connessi a competizioni calcistiche"*, il quale ha esteso l'ambito di applicazione dell'articolo 34, del decreto legislativo n. 177 del 31 agosto 2005, recante il *"Testo unico della radiotelevisione"*, imponendo alle emittenti televisive ed ai fornitori di contenuti di osservare le disposizioni previste dal nuovo codice di autoregolamentazione radiotelevisivo finalizzato alla diffusione, tra i giovani, dei valori della competizione sportiva leale e rispettosa dell'avversario, per prevenire fenomeni di violenza o di turbativa dell'ordine pubblico legati allo svolgimento di manifestazioni sportive.

### ***Legge finanziaria 2007***

Per quanto riguarda infine le novità introdotte con la c.d. "legge finanziaria 2007" del 27 dicembre 2006, n. 296, si evidenzia che all'articolo 1, comma 543, il legislatore ha previsto che l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, al fine di perseguire il migliore espletamento dei propri compiti istituzionali, possa proporre una graduale ridefinizione della propria dotazione organica, in misura non superiore al 25 per cento della consistenza attuale, mediante le risorse ad essa assicurate in via continuativa dall'articolo 1, commi 65 e 66, della legge 23 dicembre 2005 n. 266 (c.d. "legge finanziaria 2006") senza aumenti del finanziamento a carico del bilancio statale.

La stessa norma prevede, inoltre, che la delibera dell'Autorità recante la proposta motivata di cui al periodo precedente è sottoposta al Presidente del Consiglio dei ministri per l'approvazione, sentiti il Ministro delle comunicazioni e il Ministro dell'economia e delle finanze, entro il termine di trenta giorni dal ricevimento, trascorso il quale la delibera diventa esecutiva.

# 2

## Gli interventi dell'Autorità



## ■ 2.1. La consultazione pubblica sulla separazione della rete e l'evoluzione verso le *Next Generation Networks (NGN)*

Nell'ambito del primo ciclo delle analisi di mercato, condotte sulla base delle previsioni del Codice delle comunicazioni elettroniche, l'Autorità ha identificato Telecom Italia come operatore dominante in tutti i (quattordici) mercati che riguardano la rete fissa, sia nel caso della fornitura dei servizi all'ingrosso (*wholesale*), sia nel caso dell'offerta di servizi al dettaglio (*retail*).

Il problema concorrenziale individuato nell'ambito di tali analisi e specifico del mercato dei servizi di rete fissa, deriva dalla disponibilità esclusiva in capo all'ex monopolista di una rete integrata (trasporto e accesso) e, in particolare, di una rete d'accesso capillare (cfr. paragrafo 1.2.1); questa criticità fa sì che, a differenza del mercato dei servizi di rete mobile, dove gli operatori godono di un comparabile livello di infrastrutturazione e quindi di indipendenza tecnica, nei mercati di rete fissa si è in presenza di una asimmetria permanente, sostanzialmente non rimuovibile, derivante dalla *legacy* in capo all'operatore storico del monopolio di tutti i servizi di telecomunicazione.

In condizioni di *deficit* concorrenziale sulla rete di accesso, il più importante rimedio regolamentare è rappresentato dall'accesso all'infrastruttura in rame dell'*incumbent*, secondo l'approccio regolamentare comunitario, promosso, sino dal 1990 (con la Direttiva *Open Network Provision*) e ribadito dal nuovo quadro regolamentare in materia di comunicazioni elettroniche, approvato nella primavera del 2002. In Italia, l'assetto regolamentare delle telecomunicazioni fisse ha posto l'accento sull'accesso alla rete locale di Telecom Italia. In mancanza di infrastrutture alternative, l'Autorità ha adottato una strategia che stimolasse la competizione infrastrutturale attraverso lo strumento dell'accesso disaggregato alla rete in rame dell'*incumbent* (*l'Unbundling del Local Loop*). La strategia dell'Autorità, perseguita ad esempio fissando il minor prezzo in Europa del canone di *unbundling*, ha dato buoni frutti: siamo il secondo paese in Europa per linee in *unbundling*. E questo ha avuto importanti risultati in termini di concorrenza strutturale, riduzione dei prezzi e benessere del consumatore.

Nondimeno le conclusioni del primo ciclo di analisi di mercato hanno, come detto, evidenziato il permanere delle sopra citate criticità concorrenziali che lasciano pensare alla necessità di fare un passo avanti verso una separazione più netta delle attività connesse alla rete di accesso di Telecom Italia. Ciò anche in relazione al fatto che la connotazione di collo di bottiglia della rete di accesso si accentua con il passaggio alle reti di nuova generazione nell'accesso (*Next Generation Access Network, NGAN*), con il rischio che si assista nel tempo ad una graduale riconcentrazione del mercato.

Alla luce di tali considerazioni, l'Autorità, con delibera n. 208/07/CONS, ha ritenuto necessario l'avvio, il 2 maggio 2007, di una consultazione pubblica in merito agli aspetti regolamentari relativi all'assetto della rete di accesso fissa di Telecom Italia e alle prospettive delle reti di nuova generazione a larga banda.

In particolare, l'Autorità ha inteso compiere una valutazione strategica delle opzioni regolamentari relative alla dinamica evolutiva della rete pubblica fissa di telecomunicazioni, sia con riferimento alla infrastruttura in rame, sia con riguardo alle reti di nuova generazione (in fibra ottica o miste, fibra + rame).

In prospettiva, il processo di convergenza in atto delle reti e dei servizi rende meno accentuate le differenze fra le varie reti, fisse e mobili. In particolare, l'utilizzo del Protocollo Internet (IP), quale piattaforma comune per tutte le comunicazioni, riduce considerevolmente tali differenze, specialmente a livello di architettura centrale delle infrastrutture trasmissive (la c.d. *core network*). Tuttavia, permangono, anche in una valutazione prospettica, diverse importanti specificità della rete fissa, particolarmente nel segmento dell'accesso, che richiedono un'analisi differenziata sotto i vari profili di natura tecnica, economica, concorrenziale e regolamentare. Se è vero che l'effetto di sostituzione fra servizi vocali in postazioni fisse e servizi mobili è un fenomeno destinato a crescere (sebbene l'ampiezza di questo fenomeno sia tutta da verificarsi), nel medio periodo non appare però emergere alcuna praticabile alternativa di mercato alla rete fissa ai fini della fornitura di servizi a larga e, soprattutto, larghissima banda (ossia i servizi di accesso con capacità trasmissiva da 20 Mbit/s in su). Inoltre, mentre l'infrastruttura di trasporto è stata duplicata, non si ravvedono condizioni tecniche ed economiche che possano condurre al superamento del carattere di permanente collo di bottiglia che caratterizza la rete di accesso fissa.

E, laddove non si è sviluppata una vera concorrenza fra le diverse tecnologie di accesso, gli effetti dell'integrazione verticale dell'operatore *incumbent* si fanno maggiormente sentire in termini, come detto, di una dominanza diffusa di quest'ultimo su tutti i mercati finali di rete fissa, anche in quelli della larga banda.

D'altra parte, la necessità di evolvere verso le NGAN investe tutti gli operatori di rete fissa, in tutti i paesi europei (e non solo), derivando dall'esigenza di un mutamento dei modelli di *business*, connessi ai processi di integrazione: sia tra reti/servizi fissi e mobili, sia tra telecomunicazioni ed audiovisivo.

Il passaggio alle reti di nuova generazione pone quindi ulteriori sfide ed interrogativi sul percorso evolutivo che scandirà le prossime tappe del processo regolamentare.

Da un lato, si pone imperioso il problema di un approccio regolamentare che non sia di ostacolo, bensì di stimolo agli investimenti nelle reti di accesso di nuova generazione.

Dall'altro lato, l'esigenza di garantire l'effettiva non discriminazione e parità di trattamento fra tutti gli operatori viene accentuata, in ragione dell'emergere di servizi convergenti ed integrati (secondo modelli c.d. *triple play* e *quadruple play*), che fondano la loro convenienza nelle economie di scopo raggiungibili dalla combinazione delle diverse componenti dell'offerta.

L'Autorità ha quindi avviato una riflessione a tutto campo sulla strategia regolamentare più efficace per garantire una effettiva e stabile competizione nei mercati della rete fissa, alla vigilia dell'avvio della seconda tornata delle analisi di mercato che dovranno confermare ovvero mutare gli obblighi regolamentari vigenti in capo all'operatore dotato di significativo potere di mercato.

In primo luogo, tale riflessione riguarda la possibilità di introdurre in Italia un rimedio di separazione funzionale della rete d'accesso di Telecom Italia.

La separazione funzionale può essere definita come una serie coordinata di misure organizzative e comportamentali volte a risolvere i delineati problemi concorrenziali, di trasparenza, e di sviluppo del settore in vista delle reti di nuova generazione.

In particolare, basandosi sulle *best practices* internazionali, l'Autorità ha enucleato tredici tipologie di misure per declinare efficacemente la separazione funzionale:

1. le misure volte a garantire che il complesso delle attività aziendali dell'operatore *incumbent* sia organizzato in modo da conferire ad una divisione completamente separata i cespiti relativi alla rete di accesso;
2. la delega di responsabilità alla divisione separata dell'esclusiva dello sviluppo, gestione, manutenzione della rete di accesso;
3. la delega di responsabilità alla divisione separata dell'esclusiva della vendita dei prodotti relativi alla rete di accesso a tutti gli operatori in condizioni di perfetta *equivalence of input*. Al contempo, la divisione separata non potrà vendere prodotti al dettaglio agli utenti finali;
4. la distinzione del marchio della divisione separata dagli altri marchi (*brand names*) che caratterizzano le attività commerciali dell'*incumbent*;
5. la separazione del personale della divisione separata da quello che opera nel resto dell'azienda;
6. la definizione di premi e di incentivi separati per il personale (soprattutto quadri e dirigenti) della divisione separata. Deve essere inoltre adottato un codice di condotta che garantisca il comportamento dei dirigenti e devono essere previste garanzie in caso di mobilità dei quadri e dirigenti da e per la divisione separata ed il resto dell'azienda;
7. la completa separazione dei sistemi informativi della divisione separata da quelli del resto dell'azienda;
8. la tracciabilità e la registrazione delle transazioni fra la divisione separata e il resto dell'azienda;
9. la definizione di una contabilità completamente separata da parte della divisione separata, che deve essere soggetta ad un controllo di gestione separato (*auditing, budgeting*), e deve avere autonomia finanziaria;
10. la definizione di obiettivi strategici della divisione separata distinti da quelli del resto dell'azienda;
11. la definizione di un *board* di controllo della divisione separata composto in maggioranza da membri indipendenti indicati dall'Autorità. In questo quadro, il comitato di controllo è il garante della missione della divisione separata: verifica il rispetto delle condizioni di separazione e di *equivalence of input*, ed è dotato di poteri ispettivi, di verifica, e di segnalazione all'Autorità;
12. l'individuazione di sanzioni eventualmente irrogate dall'Autorità in caso di violazioni degli impegni o delle disposizioni relative alla divisione separata;
13. il controllo annuale (*audit*), da parte di una società indipendente, del funzionamento della divisione separata, con rapporti di verifica inviati all'Autorità e resi pubblici.

In secondo luogo, oltre alla separazione funzionale, l'Autorità sta valutando alcuni interventi specifici per le NGAN, nell'ottica della promozione dello sviluppo di tali reti in un ambiente concorrenziale.

Considerato che gli investimenti nella rete di accesso hanno una prospettiva di ritorno nel medio/lungo periodo, e che, pertanto, la stabilità del quadro regolamentare risulta un fattore di grande rilievo, l'Autorità intende quindi definire un quadro regolamentare certo che incentivi le imprese all'effettuazione dei necessari investimenti infrastrut-

turali ed, al contempo, garantisca il conseguimento dell'obiettivo della realizzazione di un contesto durevolmente concorrenziale, dando certezza giuridica agli operatori.

In questo ambito, sono state prese in considerazione le seguenti misure:

- i. l'accesso ad opere civili difficilmente replicabili, e comunque assai onerose dal punto di vista degli investimenti necessari, come nel caso di cavidotti e palificazioni;
- ii. la fornitura del *sub loop unbundling* e la co-locazione degli apparati nel/preso l'armadio di distribuzione;
- iii. l'offerta dei servizi *legacy* quali il *full unbundling* e lo *shared access*, oltre al servizio di *wholesale line rental*;
- iv. l'offerta, ove applicabile, dell'accesso diretto in fibra (dedicato o in tecnica WDM);
- v. l'accesso a servizi *bitstream* a livello di nodi locali/metropolitani/regionali;
- vi. la fornitura di servizi di *backhauling* in fibra o in rame.

Se questo è l'ambito complessivo degli interventi considerati dall'Autorità in materia di separazione funzionale della rete di Telecom Italia e di infrastrutture di nuova generazione, la declinazione ed attuazione degli stessi potrebbero avvenire in applicazione di misure unilateralmente imposte dall'Autorità a seguito di un procedimento di analisi di mercato, come previsto dal quadro comunitario, ovvero sulla base di specifici impegni dalla stessa sottoscritti. In particolare, le osservazioni che saranno acquisite attraverso la consultazione pubblica formeranno oggetto di valutazione da parte dell'Autorità nell'ambito del secondo ciclo delle analisi di mercato, avviato sulla base delle regole generali degli articoli 6 e 7 della direttiva quadro, ovvero, in uno specifico procedimento ex articolo 8, comma 3 della direttiva accesso. D'altra parte, Telecom Italia potrebbe presentare spontaneamente propri impegni in materia dei quali l'Autorità dovrebbe perciò provvedere a valutare l'adeguatezza, secondo quanto indicato dall'articolo 14bis del decreto legge 4 luglio 2006 n. 223 e dal regolamento di attuazione di cui alla delibera 645/06/CONS.

## ■ 2.2. Le analisi dei mercati di comunicazione elettronica

### **Introduzione**

L'Autorità ha completato l'analisi dei diciotto mercati rilevanti individuati a livello comunitario dalla raccomandazione della Commissione europea dell'11 febbraio 2003. In particolare, tenendo in massima considerazione le raccomandazioni relative ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche e le linee direttrici della Commissione per l'analisi del mercato ai sensi del nuovo quadro normativo comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, l'Autorità ha definito i mercati rilevanti del settore delle comunicazioni elettroniche suscettibili di una regolamentazione *ex ante* conformemente ai principi del diritto della concorrenza e sulla base delle caratteristiche e della struttura del mercato nazionale delle comunicazioni elettroniche. Contestualmente, l'Autorità ha provveduto alla valutazione dell'eventuale esistenza di imprese che detengono un significativo potere di mercato.

L'Autorità ha proceduto, altresì, laddove era stata riscontrata l'assenza di condizioni effettivamente concorrenziali, all'imposizione degli opportuni obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese aventi un significativo potere di mercato. Al termine del processo regolamentare, il quadro normativo in materia di telecomunicazioni risulta sostanzialmente modificato e le nuove regole sono definite in coerenza con gli obiettivi della nuova disciplina comunitaria, volti a promuovere un mercato aperto e competitivo per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, a sviluppare il mercato interno e a tutelare gli interessi dei cittadini europei.

Concluso il primo ciclo di analisi dei mercati delle comunicazioni elettroniche, l'Autorità, con riferimento a questa materia, ha concentrato i lavori su tre ambiti di attività. In primis, le analisi di mercato hanno evidenziato, talvolta, la necessità di valutare il grado di concorrenza vigente in alcuni mercati collegati a quelli analizzati e regolamentati. In particolare, si fa riferimento ai mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici, al mercato dell'accesso a internet in modalità *dial-up* e al mercato della raccolta su rete mobile delle chiamate verso numerazione non geografica. In secondo luogo, l'Autorità è stata impegnata nel definire la regolamentazione di dettaglio (*details of remedies*, nella terminologia in uso in ambito comunitario) per la fornitura di nuovi servizi introdotti all'esito delle analisi di mercato, in virtù del carattere innovativo dei servizi in questione, oppure della complessità dei temi disciplinati, quali, tra gli altri, la realizzazione del servizio *Wholesale Line Rental* (WLR), del servizio *bit-stream* e la definizione di un modello contabile per la terminazione su reti fisse degli operatori concorrenti di Telecom Italia. Infine, l'Autorità ha svolto alcune indagini conoscitive per approfondire l'esame di specifici meccanismi concorrenziali e valutare l'evoluzione degli scenari competitivi; in particolare, l'indagine conoscitiva sui processi di integrazione tra servizi di telefonia fissa e di telefonia mobile e sui servizi di telefonia mobile con ricarica del credito.

Di seguito si illustrano, in dettaglio, le attività svolte dall'Autorità in materia di analisi dei mercati di comunicazione elettronica.

### ***Realizzazione del servizio Wholesale Line Rental (WLR) di cui alla delibera n. 33/06/CONS (mercati n. 1 e n. 2)***

L'Autorità, nella delibera n. 33/06/CONS con la quale vengono regolamentati i mercati al dettaglio dell'accesso alla rete telefonica pubblica in postazione fissa, relativi ai clienti residenziali e alla clientela non residenziale, ha imposto a Telecom Italia, *inter alia*, l'obbligo di fornire il servizio WLR agli operatori concorrenti, consentendo a questi ultimi di disporre di ulteriori strumenti per fornire i servizi di accesso e vocali ai clienti finali e, quindi, di fatturare agli utenti, in un'unica bolletta, tutti i servizi offerti (incluso il canone).

L'Autorità, tenuto conto del carattere innovativo del servizio WLR, ha previsto (all'articolo 21 della suddetta delibera) l'istituzione di un tavolo tecnico con gli operatori, con la finalità di chiarire e precisare tutti gli aspetti tecnici, economici e contabili propedeutici alla realizzazione del servizio in questione.

Il "Tavolo Tecnico per la fornitura del servizio *Wholesale Line Rental* (WLR)" si è riunito sedici volte, tra marzo e giugno 2006. All'esito dei lavori, in cui sono stati acquisiti gli elementi utili all'Autorità per definire gli schemi, da comunicare a Telecom Italia, per la predisposizione dell'Offerta di riferimento per i servizi WLR e per specificare

le linee guida per l'introduzione del servizio WLR in Italia, l'Autorità, con la delibera n. 482/06/CONS, ha indetto una consultazione pubblica.

Gli operatori intervenuti alla consultazione pubblica sono stati sette. Inoltre, è pervenuto il contributo dell'Associazione dei consumatori Lega Consumatori. Ai sensi dell'articolo 3 della delibera n. 453/03/CONS, l'Autorità ha convocato in audizione le imprese che hanno presentato apposita istanza al fine di illustrare le loro osservazioni in merito alla proposta di provvedimento. In particolare, l'Autorità ha audito le società Wind Telecomunicazioni S.p.A., BT Albacom S.p.A., Fastweb, Telecom Italia S.p.A., Tele2 e Welcome Italia.

Raccolte le opinioni e le criticità segnalate dagli operatori e dalle Associazioni che hanno partecipato alla consultazione pubblica circa le modalità di realizzazione del servizio WLR, l'Autorità ha trasmesso una bozza di provvedimento alla Commissione europea. Tale bozza è stata notificata alla Commissione europea il giorno 17 ottobre 2006. La Commissione, con la lettera SG-Greffe (2006) D/206923 del 17 novembre 2006, ha pienamente condiviso l'impostazione regolamentare adottata dall'Autorità, senza formulare alcun commento sulla proposta di provvedimento.

Nel merito, l'Autorità ha disciplinato l'ambito di applicazione (ovvero l'estensione territoriale) dell'offerta WLR, i soggetti destinatari (tutti gli operatori in possesso dell'opportuna autorizzazione), le linee (POTS e ISDN) oggetto dell'offerta WLR, le modalità di gestione delle chiamate originate dall'abbonato WLR (ovvero la totalità delle chiamate originate dal cliente WLR, schematicamente dirette verso numerazioni geografiche e non geografiche, è instradata all'operatore che ha acquisito la linea in WLR, che provvede alla gestione e a instradarle a destinazione), i servizi inclusi (oltre quaranta, che Telecom Italia attiverà automaticamente al momento della cessione della linea all'operatore WLR o su richiesta dell'utente finale) e le relative condizioni economiche. L'Autorità ha, altresì, regolamentato i flussi informativi che devono intercorrere tra Telecom Italia e gli operatori WLR al fine di una corretta realizzazione del servizio finale (procedure di *provisioning*, *assurance* e relativi *Service Level Agreements* - SLA- tra operatori, le procedure per il trattamento delle informazioni e l'aggiornamento del database unico per la fornitura del servizio elenco abbonati e dei servizi di informazione abbonati, nonché le prestazioni per l'Autorità giudiziaria e l'erogazione del servizio di blocco selettivo di chiamata).

Tali aspetti tecnici, unitamente a ulteriori previsioni regolamentari come, *inter alia*, le modalità di realizzazione degli schemi contabili che Telecom Italia deve predisporre nell'ambito della contabilità regolatoria, sono contenuti nella delibera n. 694/06/CONS.

In virtù di tale delibera, Telecom Italia, entro dicembre 2007, commercializzerà il servizio WLR agli operatori concorrenti.

### ***I mercati di telefonia fissa al dettaglio (mercati n. 3 e n. 5)***

Con la delibera n. 642/06/CONS, l'Autorità ha adottato il provvedimento finale relativo ai "Mercati dei servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali (mercati n. 3 e n. 5 della raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE). Identificazione ed analisi del mercato, valutazione di sussistenza di imprese con significativo potere di mercato e definizione degli obblighi regolamentari".

L'analisi ha rilevato l'esistenza di problemi concorrenziali nei mercati di telefonia fissa al dettaglio. L'Autorità, pertanto, ha ritenuto di notificare Telecom Italia come operatore avente significativo potere di mercato confermando gli obblighi preesistenti. In particolare, è stato confermato l'obbligo, in capo a Telecom Italia, di controllo dei prezzi e contabilità dei costi per le offerte rivolte ai clienti residenziali e non residenziali. L'obbligo si declina diversamente per l'offerta generalizzata e per le offerte specifiche dell'operatore; nell'ambito di queste ultime, inoltre, sono state distinte, date le diverse caratteristiche di sottoscrizione, le offerte tariffarie (c.d. pacchetti tariffari) e le offerte definite in ambito di procedure a evidenza pubblica.

L'Autorità ha mantenuto il controllo sui prezzi massimi dell'offerta generalizzata attraverso il meccanismo del *price cap*, ancorando l'allentamento del vincolo al raggiungimento di alcuni parametri qualitativi e il controllo sui prezzi minimi delle offerte tariffarie (c.d. pacchetti tariffari) e delle offerte definite in ambito di procedure a evidenza pubblica attraverso i *test* di prezzo. In merito ai *test* di prezzo, l'Autorità ha fissato il *test* di replicabilità (c.d. *test* n. 2) quale soglia minima per la commercializzazione delle offerte al dettaglio di Telecom Italia.

L'Autorità ha ritenuto, inoltre, di declinare diversamente, mantenendo gli stessi criteri di valutazione, le procedure di comunicazione delle offerte tariffarie e delle offerte definite nell'ambito di selezioni pubbliche. L'Autorità ha così introdotto, in linea con analoghe decisioni prese da altre Autorità europee, una deroga all'obbligo di comunicazione preventiva per le offerte definite in ambito di procedure a evidenza pubblica, promosse dai soggetti privati, superiori a 500.000 euro.

L'adozione della delibera è stata preceduta, come previsto dal Codice delle comunicazioni elettroniche, dall'invio della proposta di provvedimento finale all'Autorità garante della concorrenza e del mercato e alla Commissione europea, per acquisire i rispettivi pareri.

L'Autorità garante della concorrenza e del mercato ha condiviso l'analisi svolta dall'Autorità sui mercati di telefonia fissa al dettaglio e ha ritenuto che le definizioni dei mercati adottate siano in linea con la raccomandazione della Commissione 2003/311/CE. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato ha osservato che la misura adottata in merito alla deroga all'obbligo di comunicazione preventiva delle offerte presentate nell'ambito di procedure a evidenza pubblica di valore superiore a 500.000 euro sembrerebbe introdurre una segmentazione del mercato non residenziale. Sul punto, l'Autorità ha ritenuto, invece, sulla base delle analisi condotte, che la previsione di esonerare tale tipologia di offerta dai soli obblighi di comunicazione preventiva non comporta, in ogni caso, una segmentazione del mercato per la clientela non residenziale che ricorre alla selezione del fornitore attraverso procedure a evidenza pubblica.

L'Autorità garante della concorrenza e del mercato ha, altresì, osservato che sui mercati di telefonia fissa al dettaglio non sussistono livelli di competizione tali da consentire all'*incumbent* di differenziare i prezzi tra chiamate *on-net* e *off-net*, ossia di differenziare i prezzi finali in relazione all'operatore di terminazione. L'Autorità ha inteso, quindi, ribadire al momento, in virtù dell'elevato potere di mercato di Telecom Italia, il divieto per quest'ultimo di differenziare il prezzo della singola chiamata in base all'operatore di terminazione. Tuttavia, nel rispetto dei principi a tutela della concorrenza e, limitatamente alle c.d. "offerte tariffarie a pacchetto", è possibile per Telecom Italia sottoporre all'approvazione dell'Autorità una formulazione dell'offerta, che preveda anche modalità per contenere, entro un tetto ragionevole, i differenziali di costo

relativi alle chiamate originate dalla propria rete e terminate su rete di altro operatore, ossia che sia possibile, per Telecom Italia, adottare modalità di *pricing* comunemente definite di "stop loss".

La Commissione europea ha comunicato, a giugno 2006, il proprio parere favorevole all'adozione della decisione finale da parte dell'Autorità e ha condiviso l'impostazione regolamentare adottata. La Commissione ha comunque osservato che "gli operatori debbano avere la possibilità di recuperare i maggiori costi *wholesale* regolamentati, attraverso la definizione di prezzi appropriati a livello *retail* e senza incorrere in pratiche restrittive della concorrenza" e ha ribadito quanto già osservato nel proprio parere relativo al provvedimento finale sui mercati dei servizi di interconnessione (mercati n. 8, n. 9 e n. 10), ossia la necessità di specificare il percorso regolamentare che conduce alla piena simmetria tra le tariffe di terminazione di Telecom Italia e quelle degli operatori fissi concorrenti anche attraverso la definizione di un modello di costi per il calcolo del valore di terminazione di un operatore efficiente. La Commissione ha, quindi, invitato l'Autorità a monitorare la proporzionalità della regolamentazione al dettaglio nei mercati dei servizi telefonici locale e nazionale sulla base dell'evoluzione del mercato al fine di consentire all'operatore notificato il recupero dei maggiori costi di terminazione sostenuti attraverso la definizione di appropriati prezzi a livello *retail*.

L'Autorità, pertanto, osserverà gli sviluppi del mercato e, in esito all'attività di monitoraggio degli effetti concorrenziali e di mercato delle misure assunte in materia di prezzi finali, intende procedere a una verifica delle misure adottate con delibera n. 642/06/CONS, fino a una eventuale revisione di quanto stabilito in materia di prezzi finali.

***I mercati dei servizi telefonici internazionali disponibili al pubblico forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali (mercati n. 4 e n. 6)***

L'Autorità, con la delibera n. 380/06/CONS relativa all'analisi dei mercati dei servizi telefonici internazionali disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa, per clienti residenziali e non residenziali (mercati n. 4 e n. 6 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea dell'11 febbraio 2003), ha sostanzialmente confermato l'orientamento espresso nel documento di consultazione pubblica (delibera n. 414/04/CONS).

In particolare, la società Telecom Italia è risultata in posizione di dominanza nei mercati rilevanti oggetto dell'istruttoria e, pertanto, è stata notificata quale operatore con significativo potere di mercato nei mercati dei servizi telefonici internazionali disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa, per clienti residenziali e non residenziali. L'Autorità ha imposto all'operatore dominante le seguenti misure regolamentari:

1. gli obblighi, già previsti dalla delibera n. 152/02/CONS, concernenti le modalità e le tempistiche di comunicazione delle condizioni economiche dei servizi offerti alla clientela residenziale e non residenziale;
2. gli obblighi di trasparenza in merito alle offerte commerciali proposte dall'operatore dominante e, più precisamente, l'imposizione dell'obbligo della pubblicazione, sul proprio sito *web*, delle informazioni relative alle condizioni economiche, alle condizioni di fornitura e ai termini di tutte le offerte commerciali, nella stessa giornata di

avvio sul mercato di una nuova offerta, ovvero nel giorno di decorrenza di variazioni di offerte già presenti sul mercato. I prezzi, le condizioni e i termini di fornitura dovranno essere quelli per i quali si sia concluso l'*iter* di verifica *ex ante* e dovranno essere pubblicati riportando la data in cui sono entrati in vigore. Rimane, infine, fermo l'obbligo previsto dall'articolo 70, comma 4, del Codice delle comunicazioni elettroniche posto a tutela degli utenti finali, di informare gli abbonati, a qualunque titolo, con adeguato preavviso, non inferiore a un mese rispetto alla data della loro attuazione, della modifica delle condizioni contrattuali per essi in vigore, compresa, quindi, la modifica degli schemi di prezzo.

L'Autorità ha confermato la decisione, assunta con la delibera n. 289/03/CONS, di escludere le chiamate internazionali residenziali e non residenziali di Telecom Italia dal controllo tramite il meccanismo di *price cap*; è stato, inoltre, revocato l'obbligo, previsto dalla delibera n. 152/02/CONS, di sottoporre i prezzi delle chiamate internazionali residenziali e non residenziali al controllo anche tramite il *test* di prezzo.

Nell'assumere il provvedimento, l'Autorità ha tenuto conto, non solo delle osservazioni formulate dagli operatori intervenuti nella consultazione pubblica, ma anche dei dati di mercato acquisiti fino al mese di dicembre 2005 da cui emerge che Telecom Italia mantiene una quota di mercato superiore al 50%.

L'evoluzione del traffico telefonico internazionale, misurato in termini di minuti, è progressivamente cresciuto fino al 2002. Tale incremento si è mostrato sostenuto nel periodo 2000-2001, con una crescita pari a circa il 13%. Nell'anno successivo, si è assistito a un rallentamento di tale incremento e poi all'avvio di un andamento decrescente, soprattutto nel mercato residenziale. La direttrice internazionale presenta, in termini di ricavi, invece, nel periodo dal 2000 al 2005, un andamento decrescente, sia nel mercato residenziale, sia in quello non residenziale. Tale decremento è dovuto soprattutto alla progressiva riduzione dei prezzi delle chiamate. Infatti, a fronte di un decremento del traffico internazionale intorno al 4%, è stata riscontrata una riduzione complessiva dei ricavi di circa il 40%.

L'Autorità ha, inoltre, tenuto conto dei rilievi dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato e della Commissione europea che, nel condividere l'impianto dell'analisi di mercato, ha chiesto di evidenziare la posizione dell'Autorità in merito ai nuovi servizi di telefonia via internet, cosiddetti *Voice over IP* (VoIP) e all'esclusione dall'analisi delle modalità di servizio diverse dalle chiamate post-pagate, come ad esempio i servizi offerti tramite *phone-center* e carte prepagate.

Nella delibera si è infatti evidenziato che l'Autorità ha distinto il servizio di chiamata VoIP in decade 0 dal servizio VoIP in decade 5. Quest'ultimo rappresenta, in base alla delibera n. 11/06/CIR, un servizio di comunicazione vocale nomadico con diverse funzioni d'uso, modalità di fruizione e caratteristiche tecniche. L'Autorità, pertanto, ha considerato nel perimetro merceologico dei mercati rilevanti esclusivamente il servizio VoIP in decade 0, in quanto sostituibile con la tradizionale telefonia su rete PSTN.

In relazione alla questione delle carte pre-pagate, le stesse, presentando molteplici e differenti modalità di fruizione, risultano essere solo parziali sostituti dei servizi di traffico internazionale su rete fissa. Infatti, oltre che da postazione fissa, le carte pre-pagate possono essere utilizzate anche da postazione mobile, nonché da apparecchi di telefonia pubblica in Italia, ma anche all'estero, non rientrando, in tutti questi casi, nell'ambito del mercato rilevante in esame.

Infine, per quanto riguarda i *phone-center*, l'Autorità ha considerato che, data l'elevata numerosità di tali esercizi, non sia possibile effettuare una precisa identificazione ai fini della rilevazione diretta delle informazioni. In ogni caso, si osserva come, trattandosi di operatori che effettuano attività di rivendita, il traffico da questi generato risulta compreso nei valori forniti dagli operatori di telecomunicazione, con riferimento al loro fatturato verso la clientela *business*.

### ***Il mercato delle linee affittate al dettaglio (mercato n. 7)***

L'Autorità, con la delibera n. 343/06/CONS, ha concluso l'analisi del mercato n. 7, avviata con la pubblicazione della delibera n. 411/04/CONS.

Nel caso in esame, l'Autorità ha ritirato la propria proposta di decisione, a seguito delle osservazioni pervenute dalla Commissione europea circa la non piena efficacia delle argomentazioni addotte in relazione all'esistenza di un unico mercato rilevante per le basse e medie velocità (fino a 2 Megabits, inclusi) e le alte velocità (oltre i 2 Megabits e fino ai 155 Megabits). L'Autorità, dopo avere acquisito le osservazioni della Commissione europea e dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, ha circoscritto il mercato rilevante al cosiddetto insieme minimo. La definizione del mercato adottata con la delibera n. 343/06/CONS corrisponde, dunque, pienamente allo *standard* utilizzato da tutte le altre Autorità di regolamentazione europee.

Più precisamente, nel provvedimento l'Autorità ha individuato come mercato rilevante delle linee affittate al dettaglio il mercato dei circuiti analogici e digitali di capacità fino ai 2 Megabits inclusi, coincidente con l'insieme minimo definito dalla raccomandazione della Commissione europea. L'Autorità, inoltre, ha concluso che i circuiti di capacità superiore a 2 Megabits non sono suscettibili di regolamentazione *ex ante* e, pertanto, ha provveduto a rimuovere gli obblighi regolamentari in vigore per i circuiti di tali capacità.

L'Autorità, a seguito dell'analisi di mercato, ha altresì concluso che la società Telecom Italia dispone di significativo potere di mercato nel mercato dei circuiti di capacità fino a 2 Megabits e, pertanto, ha imposto, in capo a Telecom Italia, i seguenti obblighi per la fornitura di linee affittate al dettaglio analogiche e digitali di capacità fino ai 2 Megabits inclusi:

- i. obbligo di trasparenza, attraverso la pubblicazione dell'offerta;
- ii. obbligo di non discriminazione;
- iii. obbligo di controllo dei prezzi e obbligo di contabilità dei costi.

In particolare, per quanto riguarda l'obbligo di controllo dei prezzi, l'Autorità ha imposto che ai circuiti diretti facenti parte dell'insieme minimo si applichi un meccanismo di programmazione dei prezzi su base pluriennale (c.d. *price cap*), con uno specifico vincolo per i circuiti numerici di velocità pari a 2 Megabits.

Inoltre, al fine di verificare l'ammissibilità dei prezzi proposti dall'operatore notificato, l'Autorità ha proposto di utilizzare uno specifico meccanismo di valutazione dei prezzi (*test di prezzo*), le cui modalità verranno successivamente definite, anche con il concorso degli operatori.

### ***I mercati dell'interconnessione (mercati n. 8, n. 9 e n. 10)***

In data 28 giugno 2006, l'Autorità ha adottato la delibera n. 417/06/CONS, relativa ai "Mercati della raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa, valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere" (mercati n. 8, n. 9 e n. 10 fra quelli identificati dalla raccomandazione sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi della Commissione europea).

L'Autorità, nel provvedimento, ha identificato Telecom Italia quale operatore dominante nei mercati della raccolta, terminazione e transito; inoltre, undici imprese, dotate di rete di accesso, sono state notificate come operatore avente significativo potere nel mercato della terminazione sulla propria rete. Di conseguenza, l'Autorità ha declinato gli obblighi regolamentari in capo a tali operatori tra i quali obblighi in materia di accesso e di uso di determinate risorse di rete, di trasparenza, non discriminazione, separazione contabile, controllo dei prezzi e di contabilità dei costi.

La delibera n. 417/06/CONS ha, altresì, previsto, all'articolo 40, comma 3, che gli operatori alternativi notificati sul mercato della terminazione di rete fissa possano richiedere prezzi superiori a quelli massimi fissati dall'Autorità, purché tale richiesta sia adeguatamente giustificata da un sistema di contabilità dei costi, da redigere secondo le vigenti norme regolamentari e la prassi internazionale e da sottoporre all'esame dell'Autorità. In particolare, la stessa delibera, all'articolo 40, comma 6, prevede che il procedimento di approvazione del prezzo di terminazione proposto sia condotto gestendo un contraddittorio con tutti gli operatori interessati secondo le modalità, per quanto applicabili, definite dalla delibera n. 148/01/CONS. Sulla base di tali disposizioni e producendo adeguata documentazione contabile, alcuni degli operatori alternativi notificati sul mercato della terminazione di rete fissa, e precisamente Fastweb, BT Italia, Tele 2 e Tiscali, hanno presentato istanza di deroga al prezzo massimo di terminazione fissato pari a 1,54 centesimi di euro al minuto ai sensi della delibera n. 417/06/CONS. Al fine di verificare la congruità degli importi richiesti dagli operatori interessati, l'Autorità ha aperto quattro distinti procedimenti; in data 3 novembre 2006 per Fastweb e BT Italia e in data 2 marzo 2007 per Tiscali e Tele 2. Nell'ambito dell'attività istruttoria, tuttora in corso, si sta procedendo alla verifica dei sistemi di contabilità proposti dagli operatori, con particolare riferimento alle metodologie di ripartizione dei costi comuni e alle basi di costo adottate. Le tematiche di maggior rilievo, emerse nel corso dell'analisi dei sistemi di contabilità presentati dagli operatori interessati, vertono sull'integrazione (per servizi voce e dati) delle architetture di rete degli operatori alternativi. Tale integrazione rappresenta una differenza sostanziale rispetto alle architetture di rete (e ai sistemi di contabilità) adottate dall'operatore *incumbent* e richiederà necessariamente la definizione di criteri contabili specifici per tali reti.

Da ultimo, si evidenzia che anche l'operatore Multilink ha avanzato istanza di deroga ai prezzi massimi di terminazione. La necessaria documentazione contabile è pervenuta il 30 marzo 2007. L'Autorità ha, quindi, avviato il relativo procedimento di valutazione della richiesta.

L'Autorità, nella delibera n. 417/06/CONS, ha inoltre previsto che il definitivo percorso regolamentare (*glide path*) che condurrà alla simmetria delle tariffe di terminazione tra operatori sia fondato sulla preliminare definizione e applicazione di un model-

lo contabile. In tal modo, l'Autorità ha tenuto in massima considerazione le indicazioni della Commissione europea che, nella lettera di commenti alla proposta di decisione relativa al mercato della terminazione su rete fissa (mercato n. 9 tra quelli individuati dalla raccomandazione come suscettibili di regolamentazione *ex-ante*), ha invitato l'Autorità a sviluppare, nel più breve tempo possibile, un modello dei costi per il calcolo del valore di terminazione degli operatori alternativi, che tenga in considerazione la necessità degli stessi di divenire efficienti nel tempo.

Il modello contabile dovrà portare alla definizione di una tariffa di terminazione che contemperi il diritto degli operatori alternativi di vedere riconosciuti i costi realmente sostenuti con l'esigenza che questi ultimi conseguano la massima efficienza nella fornitura del servizio di terminazione. L'Autorità, in considerazione degli ingenti carichi di lavoro gravanti sugli Uffici e del breve tempo a disposizione per la predisposizione del summenzionato modello contabile, ha ritenuto opportuno avvalersi del contributo di una società di consulenza di comprovata esperienza nel settore e del lavoro di un professionista indipendente.

Le attività di predisposizione del modello hanno avuto inizio nel mese di gennaio 2007 con la somministrazione di un questionario agli operatori notificati ex delibera n. 417/06/CONS. Il questionario ha avuto come finalità quella di acquisire informazioni relative alla configurazione e topologia della rete degli operatori. Successivamente, l'Autorità ha proceduto all'invio di una seconda richiesta dati volta ad acquisire informazioni di maggior dettaglio relative ai costi di rete.

Al momento, sulla base delle informazioni e dei dati ottenuti in risposta ai questionari, l'Autorità, con l'apporto dei consulenti, sta predisponendo il modello contabile per la valutazione dei costi di terminazione sostenuti dagli operatori alternativi.

#### ***Modalità di attivazione, passaggio e cessazione nei servizi intermedi di accesso offerti da Telecom Italia, di cui alla delibera n. 4/06/CONS (mercato n. 11)***

In data 7 agosto 2006 l'Autorità ha avviato, con la pubblicazione della delibera n. 483/06/CONS, la consultazione pubblica relativa alle modalità di attivazione, passaggio e cessazione dei servizi intermedi offerti da Telecom Italia. Il documento posto a consultazione è stato elaborato sulla base delle risultanze del tavolo tecnico istituito ai sensi della determina n. 11/06/SG, che ha visto la partecipazione di tutti gli operatori di comunicazione interessati ai servizi di *unbundling* e di *bitstream*, nonché di alcune associazioni di consumatori.

In linea con quanto inizialmente proposto agli articoli 17, 18 e 20 della delibera n. 4/06/CONS, il testo posto a consultazione pubblica prevede una quasi totale simmetria tra le procedure di attivazione dei servizi intermedi e di rientro in Telecom Italia. In particolare, la summenzionata delibera prevede la possibilità, per gli utenti, di poter lasciare l'operatore con cui hanno in essere il contratto rivolgendosi direttamente all'operatore con cui intendono passare, indipendentemente dai servizi intermedi e dagli operatori coinvolti. A esito della consultazione pubblica, a cui hanno partecipato oltre agli operatori già presenti al tavolo tecnico anche diverse Associazioni di consumatori, la proposta di provvedimento è stata trasmessa alla Commissione europea in data 21 marzo 2007, ai sensi dell'articolo 12, comma 3, del Codice delle comunicazioni elettroniche.

Il parere della Commissione, pervenuto in data 24 aprile 2007, si sofferma su due aspetti delle procedure proposte. In primo luogo, la Commissione evidenzia che gli obblighi proposti, sebbene in capo anche a imprese non aventi significativo di mercato, trovano giustificazione nelle regole a protezione dei consumatori e, pertanto, possono essere incluse tra gli obblighi di autorizzazione; tuttavia la Commissione ha richiesto una più precisa definizione della base giuridica utilizzata a questo scopo dall'Autorità. In secondo luogo, la Commissione ha rilevato come la procedura proposta di richiedere all'operatore che acquisisce il cliente, di comunicare, alla Direzione commerciale di Telecom Italia, con cinque giorni di preavviso rispetto alla data di passaggio, le informazioni del cliente potrebbe comportare il rischio che siano posti in essere comportamenti anticompetitivi. La Commissione ha, quindi, invitato l'Autorità a rivedere tale procedura, limitando le comunicazioni in fase di attivazione alle sole Direzioni *wholesale* di Telecom Italia, le quali avrebbero il compito, a loro volta, nel rispetto delle vigenti restrizioni sull'uso dei dati relativi ad altri operatori, di comunicarle alle Direzioni commerciali di Telecom Italia. L'Autorità, ha tenuto in massimo conto i commenti formulati della Commissione modificando, ove necessario, lo schema di provvedimento ed, in particolare, accogliendo la modifica procedurale che ora prevede l'invio della comunicazione alla direzione *wholesale*. Il provvedimento finale è stato adottato con delibera n. 247/07/CONS.

### **Implementazione del servizio *bitstream* di cui alla delibera n. 34/06/CONS (mercato n. 12)**

Il "Tavolo Tecnico per la fornitura del servizio *bitstream*", previsto dall'articolo 14 della delibera n. 34/06/CONS, è stato istituito con la determina n. 11/06/SG con la finalità di chiarire e precisare tutti gli aspetti tecnici, economici e contabili propedeutici all'implementazione del servizio *bitstream*. In particolare, il tavolo tecnico, sulla base di una proposta di offerta di Telecom Italia e dei contributi dei partecipanti, ha avuto il compito di precisare i dettagli relativi ai contenuti e alle modalità di implementazione dell'offerta *bitstream* con riferimento alle tecnologie di rete impiegate da Telecom Italia e di analizzare il livello di dettaglio e di completezza degli schemi di contabilità regolatoria sottostanti l'offerta stessa.

Il tavolo tecnico si è riunito quindici volte nel periodo intercorrente fra aprile e ottobre 2006 e ha visto la partecipazione dell'operatore notificato nel mercato della banda larga all'ingrosso, Telecom Italia, e dei principali operatori del mercato dei servizi a banda larga, tra cui BT Albacom, Eutelia, Fastweb, Tele2, Telvia, Tiscali, Vodafone, Welcome Italia, Wind, nonché delle due Associazioni di Internet Service Providers AIIP e Assoprovider.

Il tavolo ha dato inizio a i propri lavori sulla base di una prima proposta di offerta comunicata all'Autorità in data 15 marzo e resa disponibile, con l'eccezione delle condizioni economiche, ai partecipanti al tavolo tecnico in data 7 aprile. L'Autorità, anche sulla base del dibattito sviluppatosi durante la prima riunione del tavolo tecnico, ha valutato l'offerta non adempiente al disposto della delibera n. 34/06/CONS in quanto mancante di qualunque modalità di interconnessione in tecnologia Ethernet/IP. In seguito a una comunicazione dell'Autorità, inviata in data 6 giugno 2006, con la quale si richiedeva l'integrazione dei servizi inclusi nella precedente proposta di offerta con i servizi in tecnologia Ethernet/IP, Telecom Italia ha presentato all'Autorità e, attraverso quest'ultima, ai partecipanti una nuova proposta tecnica di offerta in data 10 luglio 2006.

La suddetta proposta di offerta includeva la descrizione tecnica dei servizi *bitstream* in tecnologia Ethernet/IP, come richiesto dall'Autorità, ma mancava delle condizioni economiche di tali servizi. Infine, in data 4 agosto 2006, Telecom Italia ha comunicato all'Autorità una proposta di offerta contenente le condizioni economiche per i servizi *bitstream* in tecnologia ATM ed Ethernet/IP. Tale proposta di offerta, in data 15 settembre 2006, è stata resa disponibile agli operatori partecipanti al tavolo tecnico.

Nel corso dei lavori del tavolo tecnico, i partecipanti hanno prodotto delle memorie che sono state fatte circolare tra i partecipanti del tavolo tecnico e, in alcuni casi, sottoposte all'attenzione della sola Autorità. Tali memorie, come anche le discussioni svoltesi durante le riunioni del tavolo, hanno fornito numerosi elementi utili all'Autorità che, esaminate le diverse opzioni, ha definito gli schemi, da comunicare a Telecom Italia, per la predisposizione dell'offerta di riferimento per i servizi *bitstream* e della relativa contabilità regolatoria, nonché per le linee guida – economiche, tecniche e contabili – per l'introduzione del servizio *bitstream* in Italia. Nella definizione delle modalità di realizzazione del servizio *bitstream* e dei relativi servizi accessori, sono stati tenuti in massima considerazione gli obiettivi della regolamentazione, fissati nel Codice delle comunicazioni elettroniche e declinati, per il mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso, nella delibera n. 34/06/CONS. I punti sui quali si è focalizzata l'attenzione dei partecipanti al tavolo tecnico sono quelli relativi alla riduzione delle aree di raccolta di Telecom Italia, alle modalità tecniche ed economiche di interconnessione al DSLAM, al nodo *parent* e *distant* in tecnologia ATM e in tecnologia Ethernet/IP, alle prestazioni e classi di servizio, alle procedure di *provisioning*, *assurance* e ai relativi *Service Level Agreements* (SLA), nonché alla contabilità regolatoria.

In relazione alla riduzione delle aree di raccolta, la proposta di offerta presentata da Telecom Italia prevedeva una riduzione dei punti di interconnessione da 79 a 30. Al tempo stesso Telecom Italia si impegnava a continuare a fornire interconnessione anche alle restanti 49 centrali fin quando le risorse di rete ivi presenti lo avrebbero consentito. La discussione che è seguita nell'ambito del tavolo tecnico ha permesso all'Autorità di definire, nella proposta di provvedimento sottoposta a consultazione, alcune modalità di transizione verso la nuova topologia di rete.

In relazione alle modalità di interconnessione in tecnologia ATM, in seguito a disaccordi circa le velocità di interconnessione, gli operatori alternativi e l'*incumbent* hanno raggiunto un accordo circa i profili tecnici di velocità di interconnessione da inserire nell'offerta di interconnessione che prevedeva l'inserimento di ulteriori profili che Telecom Italia si è impegnata a rendere disponibili.

In relazione alle modalità tecniche di interconnessione in tecnologia IP, gli operatori alternativi hanno segnalato una mancanza di flessibilità dell'offerta che avrebbe reso le linee acquisite mediante tecnologia IP qualitativamente inferiori a quelle acquisite mediante tecnologia ATM. In aggiunta, gli operatori segnalano l'impossibilità di replicare le offerte – in particolare in fibra ottica – proposte da Telecom Italia alla propria clientela finale. L'Autorità ha raccolto i rilievi degli operatori e di Telecom Italia e ha predisposto una disciplina delle modalità tecniche di interconnessione in tecnologia Ethernet/IP che prevede l'accesso a differenti classi di servizio.

In relazione ai *Service Level Agreements* (SLA), si sono constatate diverse difformità fra gli SLA proposti da Telecom Italia nella propria offerta e i requisiti minimi contenuti nell'allegato B1 alla delibera. In alcuni casi, Telecom Italia ha riconosciuto propri errori nella predisposizione dell'offerta, in altri casi, si è dimostrata disponibile a

rivedere gli SLA, in altri casi ancora, Telecom Italia ha dichiarato di non essere tecnicamente in grado di offrire i servizi di interconnessione con le caratteristiche qualitative contenute negli SLA.

In tema di contabilità regolatoria, gli operatori hanno ritenuto che gli schemi di contabilità regolatoria per il mercato n. 12 presentati da Telecom Italia non riportavano i necessari elementi di dettaglio per il riscontro puntuale dell'orientamento ai costi dei prezzi del listino *bitstream* e non consentivano la verifica della parità di trattamento. In seguito a questi rilievi, Telecom Italia ha fornito all'Autorità schemi maggiormente dettagliati.

L'Autorità dopo aver disciplinato i numerosi e a volte controversi temi, dibattuti al tavolo tecnico, ha pubblicato, in data 27 novembre 2006 sul proprio sito *web* e in data 1° dicembre 2006 sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana, la delibera n. 643/06/CONS, recante "Consultazione pubblica sulla modalità di realizzazione dell'offerta di servizi *bitstream* ai sensi della delibera n. 34/06/CONS". Ai sensi dell'articolo 3 della delibera n. 453/03/CONS, l'Autorità ha convocato in audizione le imprese e le Associazioni che hanno presentato apposita istanza al fine di permettere loro di illustrare le osservazioni in merito alla proposta di provvedimento. In particolare, l'Autorità ha audito le società BT Italia, Fastweb, Tele2, Telecom Italia, Tiscali, Vodafone, Welcome Italia, Wind e l'associazione AIIP. Le società Eutelia, Telvia e le Associazioni Anti-DigitalProvide e Assoprovider hanno inviato il proprio contributo di risposta alla consultazione pubblica, pur non avendo preso parte ad alcuna audizione.

Raccolte le opinioni e le criticità segnalate sia dagli operatori, sia dalle Associazioni che hanno partecipato alla consultazione pubblica circa l'implementazione del servizio *bitstream*, l'Autorità ha trasmesso una bozza di provvedimento alla Commissione europea.

Infine, l'Autorità, acquisiti i commenti della Commissione europea pervenuti in data 19 aprile 2007, ha adottato – tenendo in massima considerazione le osservazioni formulate dall'istituzione comunitaria – il provvedimento finale con delibera n. 249/07/CONS.

### ***I servizi di originazione da rete mobile delle chiamate verso numerazioni non geografiche (mercato 15 bis)***

L'Autorità, con la delibera 46/06/CONS, relativa all'analisi del mercato dell'accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili (mercato n. 15), aveva stabilito che nel mercato rilevante dei servizi di accesso e originazione delle chiamate da reti telefoniche pubbliche mobili non fosse incluso il servizio di originazione da rete mobile delle chiamate verso Numerazioni Non Geografiche (NNG), in quanto tali servizi risultavano caratterizzati da condizioni di domanda e offerta, nonché da dinamiche concorrenziali, differenti da quelle che contraddistinguono il mercato n. 15.

In sintonia con le indicazioni espresse dalla Commissione europea a tale riguardo, l'Autorità ha, pertanto, avviato, con delibera n. 162/06/CONS, uno specifico procedimento istruttorio per l'analisi del mercato dell'originazione verso NNG.

Peraltro, nelle more della conclusione di tale procedimento, l'Autorità ha ritenuto opportuno intervenire, in via provvisoria e di urgenza, con la delibera n. 504/06/CONS, recante "Misure urgenti in materia di fissazione dei prezzi del servizio di originazione

da rete mobile di chiamate verso numerazioni non geografiche relative al servizio informazione abbonati". Con tale delibera, l'Autorità ha identificato quali mercati rilevanti, i mercati dei servizi di originazione da ogni rete mobile di chiamate verso NNG relative a Servizi di Informazione Abbonati (SIA) e ha individuato i quattro operatori italiani di rete mobile quali detentori di significativo potere di mercato, nei mercati anzidetti. L'Autorità ha, altresì, stabilito che il prezzo praticato per il servizio di originazione delle chiamate vocali sulle reti degli operatori mobili notificati non può essere superiore all'attuale valore della corrispondente tariffa di terminazione, maggiorato di una misura massima del 100% per la remunerazione delle prestazioni diverse e accessorie al mero servizio di originazione. In tal modo, l'Autorità ha imposto anche un obbligo di controllo del prezzo. Peraltro, sebbene sia trascorso il periodo di validità (sei mesi), del provvedimento cautelare disposto con delibera n. 504/06/CONS, gli operatori mobili tuttora osservano le condizioni economiche ivi previste. Successivamente, l'Autorità, con la delibera n. 732/06/CONS, ha sottoposto a consultazione pubblica il documento recante "L'identificazione ed analisi del mercato dell'originazione nelle reti mobili delle chiamate verso numerazioni non geografiche, sulla valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e sugli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere (convenzionalmente indicato come mercato n. 15bis)". Nel documento sottoposto a consultazione l'Autorità ha proposto di estendere le misure regolamentari adottate con il provvedimento cautelare al servizio di originazione verso tutte le numerazioni geografiche. In tal modo, l'Autorità ha condiviso quanto esposto dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato nel parere, pienamente adesivo, reso all'Autorità sul provvedimento cautelare stesso.

Il documento sottoposto a consultazione, ai sensi della delibera n. 731/06/CONS, è stato trasmesso contestualmente all'Autorità garante della concorrenza e del mercato e alla Commissione europea. Quest'ultima, ha inviato all'Autorità, rispettivamente in data 18 gennaio 2007 e in data 8 febbraio 2007, una richiesta di informazioni relativa al documento sottoposto a consultazione e una lettera dal titolo "Apertura della Fase II di investigazione ai sensi dell'articolo 7(4) della Direttiva Quadro". Con tale lettera la Commissione ha informato l'Autorità di avere seri dubbi circa la compatibilità della misura proposta con il diritto comunitario e, in particolare, con gli obiettivi indicati nell'articolo 8 della direttiva quadro.

Successivamente l'Autorità è stata convocata per rappresentare la propria posizione circa i seri dubbi espressi nella lettera citata. Inoltre, l'ERG, come usuale nella Fase II, ha proceduto a istituire un'apposita "task force" per valutare il caso.

Tuttavia, a seguito dei commenti ricevuti dalla Commissione, l'Autorità ha ritenuto opportuno ritirare, almeno temporaneamente, il provvedimento riservandosi di procedere eventualmente ad un approfondimento dell'analisi.

### ***Il mercato dell'accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili (mercato n. 15)***

L'articolo 3 (attività di monitoraggio) della delibera n. 46/06/CONS (analisi del mercato dell'accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili) ha previsto che "l'Autorità avvia un'attività di monitoraggio del mercato e delle negoziazioni in corso tra *Mobile Network Operator* (MNO) e operatori sprovvisti di risorse radio, al fine di verificare che il mercato tenda irreversibilmente verso una struttu-

ra competitiva in cui non si configurino effetti derivanti da comportamenti taciti coordinati." Peraltro, "l'Autorità si riserva di intervenire qualora l'attività di monitoraggio dia esiti negativi, al fine di tutelare la concorrenza e i consumatori".

L'Autorità ha costantemente monitorato l'evoluzione del mercato e, nel mese di marzo 2007, ha formalmente richiesto agli operatori di telefonia mobile di fornire copia degli accordi giuridicamente vincolanti stipulati con altre imprese per la fornitura di servizi di accesso all'ingrosso alla propria rete di comunicazione mobile presente in Italia e di comunicare lo stato di eventuali negoziazioni in corso con altri operatori sprovvisti di risorse radio.

Sulla base delle informazioni acquisite, l'Autorità ha accertato che gli operatori di telefonia mobile hanno concluso tre accordi giuridicamente vincolanti per la fornitura di servizi di accesso *wholesale* alla propria rete di comunicazione mobile. Più precisamente: Telecom Italia ha stipulato un contratto applicativo con COOP Italia; Vodafone ha concluso un contratto definitivo con Carrefour Italia Mobile S.r.l.; Vodafone ha stipulato un contratto definitivo con BT Italia S.p.A. Gli operatori di telefonia mobile hanno, altresì, comunicato che sono in corso negoziazioni con altri operatori sprovvisti di risorse radio.

L'Autorità, alla luce delle evidenze emerse nel corso dell'attività di monitoraggio e delle valutazioni in merito all'evoluzione del mercato verso una struttura competitiva, ritenuto necessario di indagare ulteriormente affinché il mercato tenda irreversibilmente verso una struttura competitiva in cui non si configurino effetti derivanti da comportamenti taciti coordinati, ha avviato il procedimento relativo alla "Identificazione ed analisi del mercato dell'accesso e della raccolta della chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili" ai sensi degli articoli 18 e 19 del Codice delle comunicazioni elettroniche (delibera n. 168/07/CONS).

### ***Il mercato della terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili (mercato n. 16)***

L'Autorità ha avviato il procedimento istruttorio concernente "Valutazione, ai sensi dell'articolo 15, comma 4, della delibera n. 3/06/CONS, circa l'applicazione all'operatore H3G degli obblighi di cui all'articolo 50 del Codice delle comunicazioni elettroniche" in data 11 luglio 2006 e ne ha dato avviso nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 164 del 17 luglio 2006.

Il procedimento deriva da una esplicita previsione contenuta nella delibera n. 3/06/CONS, concernente il "Mercato della terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili (mercato n. 16): Identificazione ed analisi del mercato, valutazione di sussistenza di imprese con significativo potere di mercato ed individuazione degli obblighi regolamentari". Infatti, al momento dell'approvazione della delibera n. 3/06/CONS, l'Autorità non ha imposto l'obbligo di controllo dei prezzi e di contabilità dei costi a uno dei quattro operatori in posizione di significativo potere di mercato nel mercato rilevante. Più precisamente, l'Autorità ha ritenuto che, a quella data, l'imposizione di tali obblighi sull'operatore nuovo entrante H3G avrebbe potuto costituire un onere eccessivo tale da potere impedire all'operatore di salvaguardare e recuperare gli investimenti effettuati al fine di sviluppare la propria base clienti e consolidare la propria posizione finanziaria. Tuttavia, l'Autorità ha previsto contestualmente (articolo 15, comma 4, della citata delibera) di considerare la necessità di imporre gli obblighi di cui all'artico-

lo 50 del Codice delle comunicazioni elettroniche all'operatore H3G a seguito di un'apposita analisi da svolgersi nei mesi successivi.

Il procedimento in corso ha lo scopo di valutare l'applicabilità, all'operatore H3G, dell'obbligo di controllo dei prezzi e di contabilità dei costi, nonché di definire il valore massimo di prezzo applicabile al medesimo operatore, qualora, in esito al procedimento, si riterrà di imporre tale obbligo anche all'operatore H3G. In tal caso, l'Autorità è chiamata a definire il valore iniziale del prezzo di terminazione di H3G e l'eventuale percorso di riduzione.

Nell'ambito del procedimento, l'Autorità, ai sensi dell'articolo 11 del Codice delle comunicazioni elettroniche, ha indetto una consultazione pubblica, avviata con la delibera n. 712/06/CONS. Nel testo di consultazione pubblica, l'Autorità ha espresso l'orientamento di imporre alla società H3G l'obbligo di controllo di prezzo e, in particolare, a partire dal 1° luglio 2007, il prezzo del servizio di terminazione delle chiamate vocali sulla rete dell'operatore H3G non può essere maggiore di 16,26 centesimi di euro al minuto ed è sottoposto, per gli anni successivi, a un vincolo annuale di riduzione pari al valore dell'Indice dei Prezzi al Consumo (IPC) -16%. L'Autorità ha convocato in audizione le imprese e le associazioni che hanno presentato apposita istanza al fine di illustrare le loro osservazioni in merito alla proposta di provvedimento. In particolare, l'Autorità ha audito le società Wind, Telecom Italia, Vodafone, H3G e l'associazione Movimento Difesa del Cittadino. Altre imprese del settore e Associazioni hanno inviato il proprio contributo di risposta alla consultazione pubblica pur non avendo preso parte ad alcuna audizione.

Raccolte le opinioni e le criticità segnalate dagli operatori e dalle associazioni che hanno partecipato alla consultazione pubblica circa l'applicazione, all'operatore H3G, dell'obbligo di controllo dei prezzi, l'Autorità ha predisposto lo schema di provvedimento finale.

### ***Il mercato per i servizi all'ingrosso di roaming internazionale (mercato n. 17)***

Con la delibera n. 381/06/CONS, l'Autorità ha concluso l'analisi del mercato n. 17 avviata con la pubblicazione della delibera n. 78/06/CONS, con la quale si sottoponevano a consultazione pubblica gli orientamenti dell'Autorità circa il mercato nazionale all'ingrosso per servizi internazionali di *roaming* per le reti telefoniche pubbliche mobili.

Successivamente allo svolgimento della consultazione pubblica, l'Autorità aveva adottato, in data 27 aprile 2006, una proposta di provvedimento che era stata successivamente trasmessa all'Autorità garante della concorrenza e del mercato ai sensi dell'articolo 19 del Codice delle comunicazioni elettroniche e dell'accordo di collaborazione stipulato con l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, e notificata alla Commissione europea e alle Autorità dei paesi membri, ai sensi dell'articolo 12, comma 3, del Codice delle comunicazioni elettroniche.

L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, nel proprio parere, ha rilevato che la rete di H3G non può considerarsi equivalente a quella degli altri gestori per l'offerta di servizi di *roaming* internazionale. L'Autorità, pur ritenendo tale orientamento condivisibile, ha però concluso che l'esclusione della rete di H3G non condurrebbe comunque a una modifica del perimetro di mercato tale da variare il risultato della valutazione del significativo potere di mercato.

La Commissione europea, nella propria lettera di commenti allo schema di provvedimento, dopo aver svolto alcune considerazioni circa l'opportunità di includere le cosiddette vendite *captive* (ovvero le vendite rivolte alle consociate estere) nel calcolo delle quote di mercato, ha ritenuto tuttavia che l'esclusione delle vendite *captive* dalla definizione del mercato non avrebbe condotto a un risultato differente nella valutazione del significativo potere di mercato.

Nel proprio provvedimento finale l'Autorità, tenuto conto dei pareri dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato e della Commissione europea, ha confermato la definizione del mercato precedentemente fornita che, coerentemente con le risultanze dell'analisi congiunta del mercato dei servizi di *roaming* all'ingrosso svolta dal *Project Team* ERG nel 2005, fa coincidere il mercato rilevante col mercato del traffico originato *inbound* (ovvero originato Italia da clienti di operatori stranieri), inclusi i servizi di fonia vocale e i servizi SMS forniti su reti 2G e 3G. Il mercato comprende i servizi resi da tutti gli operatori di rete mobile italiani e l'ambito geografico di riferimento è nazionale. Allo stesso modo, l'Autorità ha confermato le valutazioni in merito all'assenza, nel mercato nazionale all'ingrosso per servizi internazionali di *roaming* per le reti telefoniche pubbliche mobili, di operatori che dispongono singolarmente o congiuntamente di significativo potere di mercato e, pertanto, non sono stati proposti obblighi regolamentari.

***Il mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali (mercato n. 18)***

Con la pubblicazione della delibera n. 61/06/CONS, l'Autorità ha avviato la consultazione pubblica concernente l'identificazione e analisi del mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali, sulla valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti (mercato n. 18 fra quelli identificati dalla raccomandazione sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi della Commissione europea).

In tale proposta di provvedimento, l'Autorità ha riscontrato posizioni di dominanza congiunta nel mercato dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica analogica per la trasmissione dei contenuti agli utenti finali, mentre non ha riscontrato posizioni di dominanza singola e/o congiunta in capo ad alcun operatore nel mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica digitale e nel mercato nazionale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre.

Il documento sottoposto a consultazione pubblica si limita alla definizione dei mercati rilevanti e alla valutazione circa l'esistenza di posizioni di dominanza singola e congiunta, rimandando a una successiva fase l'esame dei possibili obblighi regolamentari in capo agli operatori con significativo potere di mercato. A seguito degli esiti della consultazione pubblica, l'Autorità ha trasmesso all'Autorità garante della concorrenza e del mercato e notificato alla Commissione europea e alle Autorità dei paesi membri, ai sensi dell'articolo 12, comma 3, del Codice delle comunicazioni elettroniche, la proposta di provvedimento in oggetto. Nel mese di luglio 2006, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato e la Commissione europea hanno trasmesso rispettivamente i propri pareri e i propri commenti.

L'esame degli ulteriori passi procedurali è in corso di svolgimento da parte dell'Autorità.

### ***Il mercato dell'accesso a Internet in modalità dial-up***

Il 13 ottobre 2006, l'Autorità ha avviato il procedimento di identificazione e analisi del mercato al dettaglio dei servizi di accesso commutato (*dial-up*) a internet (delibera 589/06/CONS).

Le premesse per l'analisi di questo mercato sono da ricercare nel dettato della delibera n. 417/06/CONS, che ha inteso regolamentare i mercati della raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa.

L'Autorità, a valle dell'analisi effettuata per il mercato della terminazione internet, ha ritenuto di rimuovere le notifiche in capo agli operatori Telecom Italia e Wind, precedentemente individuati come operatori aventi significativo potere di mercato. Il provvedimento finale, tuttavia, intravedendo elementi di dominanza nel correlato mercato al dettaglio dell'accesso commutato a internet, ha previsto il mantenimento degli obblighi di cui alla delibera n. 152/02/CONS di non discriminazione interna-esterna, di trasparenza, di non differenziazione delle tariffe e di comunicazione all'Autorità delle offerte *retail* per la loro approvazione.

L'Autorità, inoltre, nella stessa delibera ha previsto esplicitamente un apposito procedimento di riesame di tale mercato in esito al quale, si è riservata di rivedere gli obblighi vigenti.

La Commissione europea, nella lettera del 24 maggio 2006 di commento alla delibera n. 417/06/CONS, facendo propria la necessità di un riesame del mercato al dettaglio di accesso commutato a internet, ha invitato vivamente l'Autorità a procedere in tal senso.

Il procedimento, come sopra menzionato, è stato pertanto avviato ai sensi degli articoli 18 e 19 del Codice delle comunicazioni elettroniche e gli operatori interessati sono stati invitati a produrre documenti e memorie preliminari circa l'oggetto del procedimento; in particolare, è stato sottoposto loro un questionario volto a ottenere tutte le informazioni utili alla definizione del mercato, alla valutazione del grado di concorrenzialità dello stesso, all'opportunità di imporre e/o rimuovere obblighi regolamentari *ex ante*. Contemporaneamente, sono stati richiesti alcuni dati al fine di individuare le quote di mercato e valutarne l'evoluzione nel tempo. E' stata avviata, inoltre, una fase di interlocuzione con i principali operatori del settore finalizzata alla migliore comprensione delle problematiche di tipo concorrenziale percepite e/o vissute dagli stessi nel mercato e all'individuazione di eventuali segmenti di mercato in cui si potrebbero manifestare, o in cui si stanno manifestando, situazioni di dominanza, in virtù anche dell'evoluzione o delle specifiche modifiche tecnologiche intervenute nell'ambito della fornitura del servizio stesso.

### ***Mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici***

Con delibera n. 588/06/CONS, l'Autorità ha avviato il procedimento di analisi dei mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici, volto alla definizione dei mercati rilevanti, alla valutazione dell'eventuale esistenza di imprese in possesso di un significativo potere di mercato e, se del caso, all'imposizione di opportuni obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere.

Il mercato della terminazione internazionale è già stato oggetto di analisi da parte dell'Autorità nell'ambito dell'analisi del mercato n. 9 (mercato della terminazione delle

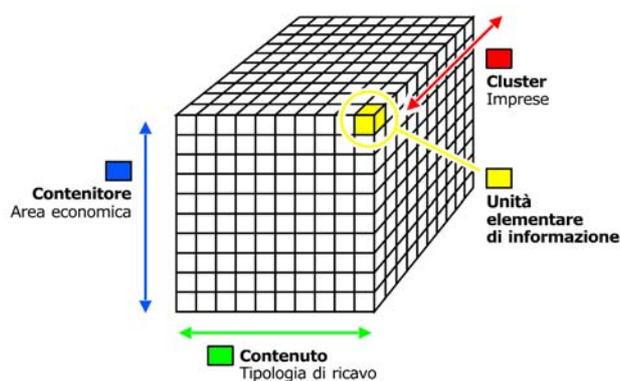
chiamate nella rete telefonica pubblica in postazione fissa) di cui alla delibera n. 417/06/CONS. In tale contesto, l'Autorità ha individuato un mercato della terminazione internazionale separato dal mercato dei servizi di terminazione verso le reti fisse nazionali, in quanto ha riscontrato l'assenza di sostituibilità, sia dal lato della domanda, sia dal lato dell'offerta, tra il servizio di terminazione internazionale (consistente nel servizio all'ingrosso di instradamento e terminazione delle chiamate destinate all'estero) e il servizio di terminazione verso le reti fisse nazionali. Nell'ambito della stessa delibera n. 417/06/CONS, l'Autorità ha ritenuto non suscettibile di regolamentazione *ex ante* il mercato della terminazione internazionale e ha, pertanto, revocato gli obblighi in capo a Telecom Italia relativamente al servizio di terminazione delle chiamate verso l'estero. Tuttavia, poiché la suddetta analisi è stata condotta su dati aggregati per zone tariffarie, l'Autorità non ha escluso completamente l'esistenza di un insufficiente livello concorrenziale per alcune specifiche direttrici di traffico e ha disposto, pertanto, l'avvio di un'analisi del mercato della terminazione internazionale verso singole direttrici. La Commissione europea, nel parere relativo allo schema di provvedimento di cui alla delibera n. 417/06/CONS, ha invitato l'Autorità a notificare gli esiti dell'analisi del mercato della terminazione internazionale, sulla base di quanto disposto dall'articolo 7, comma 3, della direttiva quadro.

Nella delibera n. 588/06/CONS di avvio del procedimento l'Autorità ha invitato i soggetti interessati a far pervenire documenti e memorie preliminari, utili per lo svolgimento dell'analisi di mercato. Tre operatori hanno inviato tale documentazione. Successivamente, l'Autorità ha sottoposto agli operatori un questionario volto a ottenere tutte le informazioni necessarie per la definizione del mercato e la valutazione del grado di concorrenzialità dello stesso, al fine di predisporre il documento di analisi da sottoporre a consultazione pubblica.

### **Il Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC)**

L'Autorità, in osservanza di quanto disposto dal Testo unico della radiotelevisione (decreto legislativo n. 177 del 31 luglio 2005) in materia di valutazione delle dimensioni economiche del Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC) ha condotto una specifica attività di analisi sulla valorizzazione delle risorse nel biennio 2004-2005, le cui risultanze sono evidenziate nell'allegato A della delibera n. 341/06/CONS, disponibile sul sito *web* dell'Autorità.

**Figura 2.1.** Imprese, contenuti e contenitori del SIC



L'analisi è stata condotta attraverso l'analitica identificazione dei soggetti presenti nel SIC e delle interrelazioni tra gli stessi. In particolare, sono stati individuati i "contenitori" (aree economiche di cui all'articolo 2, comma 1, lettera l) e i contenuti (tipo-

logie di ricavo di cui all'articolo 43, comma 10), determinando in tal modo una "matrice" in cui l'unità elementare di informazione identifica unitariamente impresa, area economica e tipologia di ricavo (tabella 2.1).

Inoltre, l'Autorità, ai fini di una migliore calibratura del processo di valorizzazione e di identificazione dei soggetti economici compresi nel SIC, ha articolato, con maggiore dettaglio, le aree economiche di cui alla lettera l), comma 1, articolo 2 del testo unico della radiotelevisione, come rappresentato nella seguente tabella 2.1.

**Tabella 2.1.** *La composizione del SIC*

<b>Aree economiche</b> <i>(di cui alla lettera l), comma 1, articolo 2 del testo unico della radiotelevisione)</i>	<b>Articolazione dei settori oggetto di rilevazione</b>
A) Stampa quotidiana e periodica	1. Stampa quotidiana 2. Stampa periodica
B) Editoria annuaristica ed elettronica anche per il tramite di internet	3. Editoria annuaristica 4. Editoria elettronica 5. Agenzie di stampa
C) Radio e televisione	6. Televisione gratuita 7. Televisione a pagamento 8. Radio
D) Cinema	9. Box office e pubblicità
E) Pubblicità esterna	10. Pubblicità esterna
F) Iniziative di comunicazione di prodotti e servizi	11. Iniziative di comunicazione di prodotti e servizi
G) Sponsorizzazioni	12. Sponsorizzazioni

Fonte: elaborazioni Autorità

L'analisi condotta ha portato all'identificazione di due distinti percorsi operativi: il primo, relativo alle aree di tradizionale competenza dell'Autorità (settori da 1 a 8 nella precedente tabella 2.1), ha comportato la rilevazione diretta, attraverso la compilazione di specifici questionari, dei dati di ricavo relativi agli anni 2004-2005, di oltre 300 imprese operanti nell'editoria e nel settore radiotelevisivo, largamente rappresentative delle specifiche attività economiche di riferimento. I dati forniti dalle imprese sono stati verificati ed elaborati utilizzando anche studi di settore prodotti da associazioni di categoria e istituti di ricerca specializzati nel settore. Il secondo percorso operativo ha riguardato le "nuove aree" (settori da 9 a 12 nella precedente tabella 2.1) e, in quanto inerente a un universo estremamente parcellizzato e disomogeneo di soggetti, è stato condotto attraverso l'analisi di dati e informazioni forniti da fonti esterne. In particolare, per la pubblicità esterna, le iniziative di comunicazioni di prodotti e servizi e le sponsorizzazioni, sono stati effettuati specifici incontri con le più rappresentative organizzazioni di settore.

Durante l'analisi, che ha portato a quantificare il Sistema Integrato delle Comunicazioni per il 2005 in 22,1 miliardi di euro (tabella 2.2), sono emersi alcuni elementi di rilievo per la futura gestione delle informazioni da parte dell'Autorità: in primo luogo, all'interno del SIC, emerge una netta distinzione tra le aree di attività economica "tradizionalmente" oggetto di analisi da parte dell'Autorità (stampa, editoria, settore radiotelevisivo), per le quali l'Autorità, può disporre di dati sostanzialmente censuari, e aree di attività economica finora non soggette alla disciplina dell'Autorità (iniziative di comunicazione, sponsorizzazioni, pubblicità esterna); per queste ultime, il proces-

so di acquisizione delle informazioni sui ricavi appare inevitabilmente soggetto a stime e ipotesi, con l'eccezione del cinema che, attraverso la SIAE, vanta una fonte statistica affidabile e consolidata. In secondo luogo, la determinazione delle imprese da includere nel SIC e delle tipologie di ricavo è correlata all'evoluzione del settore, indirizzata, a sua volta, verso modelli di convergenza, sia tra i vari *media*, sia tra questi e le telecomunicazioni di rete fissa e di rete mobile, quale, tra gli altri, la vendita di contenuti video su reti di telecomunicazione.

**Tabella 2.2.** *Il SIC per aree economiche nel 2005 (milioni di euro)*

<b>Aree economiche indicate nel decreto legislativo n. 177/2005</b>	<b>Segmentazione per settori economici</b>	<b>Ricavi complessivi</b>	<b>Distribuzione %</b>
1. Stampa quotidiana e periodica	1. Stampa quotidiana nazionale e locale	3.390	15,3
	2. Stampa periodica	3.223	14,6
	Totale	6.613	29,9
2. Editoria annuaristica ed elettronica anche per il tramite di internet	3. Editoria annuaristica	894	4,0
	4. Editoria elettronica	818	3,7
	5. Agenzie di stampa	307	1,4
	Totale	2.019	9,1
3. Radio e televisione	6. TV gratuita	5.598	25,3
	7. TV a pagamento	1.590	7,2
	8. Radio nazionale e locale	554	2,5
	Totale	7.742	35,0
4. Cinema	9. Box office e pubblicità	1.433	6,5
5. Pubblicità esterna	10. Pubblicità esterna	570	2,6
6. Iniziative di comunicazioni di prodotti e servizi	11. Iniziative di comunicazioni di prodotti e servizi	3.494	15,7
		274	1,2
7. Sponsorizzazioni	12. Sponsorizzazioni	274	1,2
Totale		22.144	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su fonti varie

## ■ 2.3. Le indagini conoscitive

### ***Indagine conoscitiva sui processi di integrazione tra servizi di telefonia fissa e servizi di telefonia mobile nella transizione verso le reti di nuova generazione***

In considerazione della crescente attenzione nel settore delle telecomunicazioni al tema della convergenza e, in particolare, del fatto che l'integrazione nella fornitura di servizi di telefonia fissa con altri servizi come quelli di telefonia mobile, oltre che con applicazioni basate su nuove tecnologie (come quella IP), costituisce la principale area di sviluppo potenziale del mercato, l'Autorità ha ritenuto necessario valutare le dina-

miche di mercato e il corretto funzionamento dei meccanismi concorrenziali nell'offerta integrata di servizi di telefonia fissa e mobile, per verificare anche l'adeguatezza dell'attuale impianto regolamentare in materia.

Pertanto, a giugno 2006 l'Autorità ha dato avvio a un'indagine conoscitiva sui processi di integrazione tra servizi di telefonia fissa e di telefonia mobile, alla luce dell'attuale processo di transizione verso le reti di nuova generazione (delibera n. 324/06/CONS).

La metodologia seguita per la raccolta del materiale bibliografico e dei dati oggetto di analisi ha comportato, da un lato, la selezione di studi e pubblicazioni elaborati da istituzioni e società di ricerca nazionali e internazionali, e dall'altro lato, l'individuazione di alcuni temi specifici di approfondimento che sono stati sottoposti ai principali operatori fissi e mobili e alle associazioni di categoria operanti nel mercato italiano.

L'Autorità ha, in particolare, richiesto ai principali operatori di rete fissa e di rete mobile informazioni sulle offerte di servizi integrati oggetto dell'indagine, oltre alle valutazioni sulle nuove tecnologie e sui nuovi modelli di *business* adottati dagli stessi operatori nell'offerta di tali servizi. L'Autorità ha ricevuto contributi sia dagli operatori di rete fissa quali Albacom, Atlanet, Elinet, Eutelia, Fastweb, Tele2 Italia, Telecom Italia, Tiscali Italia, Welcome Italia, Wind, sia da tutti gli operatori di rete mobile.

Obiettivo primario dell'indagine è stato lo studio del processo di integrazione dei servizi di telecomunicazione e, in particolare, dei servizi su rete fissa e su rete mobile; è, infatti, stata trattata solo di riflesso l'altra importante direttrice della convergenza che riguarda le telecomunicazioni e il settore audiovisivo.

I temi affrontati nella prima parte del lavoro hanno riguardato la caratterizzazione del processo generale di convergenza fisso-mobile, evidenziando gli stadi evolutivi, le diverse connotazioni che può assumere tale fenomeno, i fattori (di natura tecnologica e di mercato) determinanti dal lato dell'offerta e della domanda. È stata, quindi, elaborata una definizione dei servizi integrati e convergenti, nonché una qualificazione del mercato di riferimento. A riguardo l'Autorità, ha ritenuto condivisibile la posizione secondo la quale non è opportuno identificare un mercato specifico per le offerte di servizi fisso-mobile attualmente sul mercato, trattandosi di una diversa modalità di proposizione di servizi esistenti, singolarmente già compresi nei mercati rilevanti individuati dalla raccomandazione della Commissione del 2003, che lo stesso cliente può procurarsi da più fornitori singolarmente, con un costo di ricerca aggiuntivo minimo.

Nella seconda parte del lavoro, è stata fornita una rappresentazione delle tendenze e delle dinamiche evolutive in atto sul mercato italiano ed europeo dei servizi di telefonia fissa, dei servizi a larga banda e dei servizi di telefonia mobile e a valore aggiunto e una dettagliata rappresentazione del contesto internazionale, con riferimento sia alle offerte integrate in commercio in Italia e in Francia, Germania e Regno Unito, sia alla presenza di accordi con soggetti quali i *Mobile Virtual Network Operator* (MVNO).

Nella terza parte del lavoro, sono stati illustrati i modelli di sviluppo attualmente seguiti dagli operatori nei processi di integrazione e analizzati gli scenari evolutivi di convergenza e i relativi profili concorrenziali. A tale riguardo, sono state formulate alcune considerazioni circa l'adeguatezza dell'attuale regolamentazione con riferimento alle offerte di servizi integrati fisso-mobile e si è preso atto di alcune criticità in merito alle modalità di valutazione di tali offerte, alle condizioni di autorizzazione per la fornitura dei nuovi servizi, agli aspetti relativi all'interconnessione e alla numerazione.

Un importante aspetto emerso dall'analisi riguarda le peculiarità del mercato italiano in cui, nel periodo considerato nell'ambito dell'indagine, non erano stati ancora

stipulati accordi commerciali tra MNO e soggetti quali gli MVNO o ESP, che potrebbero consentire agli operatori di sola rete fissa di formulare offerte di servizi integrati fisso-mobile. In merito, l'analisi ha osservato l'opportunità di una revisione del mercato dell'accesso e della raccolta delle chiamate telefoniche pubbliche mobili (mercato n. 15), che, eventualmente, potrebbe comportare l'adozione di misure pro-competitive al fine di facilitare l'ingresso nel mercato da parte di nuovi operatori e la commercializzazione delle offerte dei servizi convergenti.

La parte finale del lavoro rappresenta l'introduzione, nelle linee generali, del tema delle reti di nuova generazione quali fattori abilitanti del processo di convergenza in atto. Sono state presentate, altresì, le caratteristiche generali delle reti di nuova generazione, le tendenze di sviluppo e gli elementi per i quali si rendono opportuni successivi approfondimenti, sia in termini economici, sia regolamentari.

I risultati dell'indagine conoscitiva sui processi di integrazione tra servizi di telefonia fissa e di telefonia mobile sono stati acquisiti nell'ambito della consultazione sugli aspetti regolamentari connessi all'introduzione di servizi integrati di tipo fisso-mobile, avviata a fine 2006 con delibera n. 713/06/CONS, oltre che nella delibera di avvio della revisione dell'analisi di mercato dell'accesso e della raccolta da rete mobile (mercato n. 15)(vedi sopra).

In merito all'offerta di servizi integrati fisso-mobile, l'indagine conoscitiva condotta dall'Autorità ha fatto rilevare come, al momento, il contesto italiano sia ancora caratterizzato da una fase definita di "pre-convergenza"; è stato, infatti, osservato come solo nell'ultimo anno si è assistito alla presentazione, da parte degli operatori di telecomunicazione, di prime offerte che realizzano forme di integrazione funzionale più o meno avanzata, come l'offerta del servizio di comunicazione elettronica "Prestazione UMA" di Telecom Italia e l'offerta "Vodafone Casa Numero Fisso", proposta da Vodafone.

Tali offerte, il cui carattere di innovatività ha richiesto lo svolgimento di valutazioni complesse e articolate, rientrerebbero, ad avviso dell'Autorità, perlopiù nell'ambito dei "servizi integrati fisso-mobile", ovvero nei c.d. "servizi sostitutivi", ma non si ritiene che possano essere definite come veri e propri "servizi convergenti fisso-mobile", i quali implicano la realizzazione di una convergenza anche strutturale nella quale il passaggio tra le varie reti avviene senza soluzione di continuità.

Si evidenzia che, nel mese di giugno 2007, l'Autorità ha approvato lo schema di provvedimento sulle disposizioni regolamentari riguardanti l'introduzione dei servizi integrati di tipo fisso-mobile. Tale schema di provvedimento è stato trasmesso alla Commissione europea e all'Autorità garante della concorrenza e del mercato in data 21 giugno 2007.

Di seguito si riportano nel dettaglio le caratteristiche dei suddetti "servizi integrati fisso-mobile".

### **Servizio "Prestazione UMA"**

Nel mese di maggio 2006 la società Telecom Italia ha annunciato l'intenzione di commercializzare un nuovo servizio di comunicazione elettronica denominato "Prestazione UMA", noto anche come "Unico", caratterizzato dall'integrazione di prestazioni della rete mobile GSM e di prestazioni di rete fissa, con impiego di tecnologie Wi-Fi e VOIP. Il servizio UMA consente di sostituire uno dei terminali Wi-Fi dell'offerta "Alice voce" di telefonia VoIP, (che può gestire fino a cinque terminali *cordless* su tale tecno-

logia in ambiente domestico – *indoor* -, individuabili attraverso numerazioni aggiuntive geografiche) con uno speciale terminale che riunisce in sé le funzionalità di un terminale *cordless* con le funzionalità di un normale terminale mobile GSM. Al di fuori dell'ambiente domestico dell'utente, in situazione c.d. *outdoor*, il terminale UMA si comporta come un normale cellulare GSM, individuato da un numero mobile e svolge il servizio attraverso le reti mobili GSM.

In ambiente domestico, nell'ambito del servizio "Alice Voce", il terminale UMA si comporta come un normale terminale *cordless* attraverso il quale si esplica il servizio telefonico con tecnologia VoIP. L'Autorità ha avviato le necessarie attività di approfondimento con Telecom Italia e, nel mese di luglio 2006, sono state, altresì, sentiti in audizione gli altri operatori allo scopo di acquisire commenti ed elementi di informazione sulle rispettive posizioni.

L'Autorità, nel mese di agosto 2006, ravvisando che un rapido avvio delle offerte convergenti fisso-mobile potesse favorire l'opportunità per i consumatori di avere a disposizione nuovi servizi, indipendentemente dalla tecnologia utilizzata, ha deciso di consentire l'avvio del servizio, per un periodo limitato di sei mesi e subordinatamente al rispetto di specifiche condizioni finalizzate alla tutela dell'utenza e alla garanzia delle dinamiche concorrenziali, quali ad esempio la predisposizione di specifiche offerte all'ingrosso per gli operatori concorrenti.

Inoltre, considerata la novità del servizio integrato e la necessità di evitare fenomeni di *pre-emption* nel segmento dei servizi integrati fisso-mobile, l'Autorità ha ritenuto opportuno limitare a 30.000 il numero massimo di terminali attivabili da parte di Telecom Italia nel corso del periodo di commercializzazione previsto. Successivamente, nel marzo 2007, l'Autorità, considerata la situazione di mercato, ha ritenuto di dare seguito alla richiesta avanzata da Telecom Italia prorogando l'autorizzazione condizionata per un ulteriore periodo di tre mesi.

### **Servizio "Vodafone Casa Numero Fisso"**

Nel mese di ottobre 2006, la società Vodafone ha manifestato l'intenzione di commercializzare un nuovo servizio di comunicazione vocale denominato "Vodafone Casa Numero Fisso". Tale servizio consente di utilizzare, in un'area territorialmente delimitata, denominata "Area Vodafone Casa", il terminale mobile come fosse un terminale di rete fissa, con un proprio numero geografico.

Laddove il terminale rimane nell'area predefinita, per le chiamate in uscita vengono praticate condizioni economiche analoghe a quelle normalmente previste per i servizi su rete fissa. Il servizio di telefonia su numerazione geografica è proposto commercialmente come servizio accessorio, per il quale è previsto un contratto aggiuntivo al servizio mobile.

Conseguentemente, il cliente avrà a disposizione, sul proprio terminale, due numerazioni, una geografica e una per servizi mobili e personali. Per le chiamate fatte o ricevute al di fuori della c.d. "Area Casa (*Home Zone*)", il terminale utilizza il proprio numero mobile e le condizioni economiche del servizio sono quelle previste dal contratto di rete mobile.

Le condizioni di avvio del servizio in esame sono state definite dall'Autorità nel provvedimento approvato a seguito della consultazione pubblica, avviata con delibera n. 713/06/CONS.

### ***Indagine conoscitiva sui servizi di telefonia mobile con ricarica del credito***

Premesso che l'Autorità aveva già autonomamente avviato un'attività di studio sul tema, a seguito di una specifica richiesta di chiarimento da parte della Commissione europea in materia di costi nel servizio di telefonia mobile prepagata, l'Autorità ha condotto, congiuntamente con l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, una specifica indagine conoscitiva, avviata con la delibera n. 342/06/CONS e conclusa con la delibera n. 659/06/CONS, che ha approvato la relazione finale, disponibile sul sito *web* dell'Autorità.

Gli elementi centrali dell'analisi inerenti all'indagine conoscitiva possono così sinteticamente elencarsi:

- i. la ricognizione sull'evoluzione del fenomeno della telefonia "prepagata" in Italia e in Europa;
- ii. l'analisi dei prezzi della telefonia mobile con ricarica del credito e il confronto con quelli riscontrabili in alcuni Paesi europei;
- iii. l'analisi dei costi sostenuti dall'utenza e dalle imprese;
- iv. le determinanti della domanda e dell'offerta dei servizi mobili con modalità di pagamento prepagata e in abbonamento;
- v. la valutazione dei profili di interesse regolamentare e concorrenziale.

Le principali risultanze hanno evidenziato che il fenomeno della telefonia mobile con modalità di pagamento prepagata ha, in Italia, dimensioni non riscontrabili negli altri Paesi europei e che la presenza di costi di ricarica è rinvenibile solo nel nostro Paese. Nel complesso, tale modalità di pagamento interessa circa il 90% dell'utenza mobile complessiva e riguarda, per la quasi totalità, la clientela residenziale. Al riguardo, l'analisi dei prezzi della telefonia mobile, pur nella estrema difficoltà di procedere a confronti affidabili e omogenei, non ha evidenziato elementi che inducano a ritenere che in Italia siano presenti prezzi complessivamente più elevati rispetto al resto d'Europa. Inoltre, la presenza, specifica nel mercato italiano, di una tassa governativa di concessione associata al servizio di telefonia mobile in abbonamento (il valore di tale tassa risulta essere pari a 5,16 euro mensili per la clientela residenziale e a 12,91 euro mensili per la clientela affari) è apparsa essere un elemento alla base del successo del "prepagato" in Italia, in quanto tale presenza ha costituito un incentivo all'aumento della domanda di servizi di telefonia mobile con ricarica del credito.

Le evidenze dell'indagine hanno portato a ritenere che la presenza del costo di ricarica, che rappresenta un contributo a favore dei gestori mobili nazionali, producesse effetti distorsivi sul libero funzionamento del mercato con effetti negativi sul benessere dei consumatori. In particolare, tale posta è apparsa, da un lato, generare confusione circa il reale prezzo minutorio corrisposto dagli utenti per la fruizione dei servizi di telecomunicazione mobile e, dall'altro lato, determinare un differente trattamento economico con effetti regressivi sulle fasce più deboli. Il contributo di ricarica rendeva, infatti, di difficile determinazione, per il consumatore, il prezzo minutorio realmente corrisposto al gestore. Stante il fatto che tale costo rappresenta una posta aggiuntiva della tariffa minutoria, l'utente non era in grado di determinare univocamente il prezzo di mercato del servizio mobile, e, considerando l'incidenza rispetto alla quantità di traffico acquistato, il peso del costo di ricarica poteva rag-

giungere e anche superare il 50%. Alla luce di tali considerazioni, l'indagine conclude che la presenza del contributo di ricarica nella struttura di *pricing*, anche in relazione alla mancanza di una sufficiente informazione pubblicitaria, non mette gli utenti in grado di ottenere, per ciascuna operazione di ricarica effettuata, un'informazione completa e veritiera e, dunque, in tal senso, pienamente trasparente, in ordine all'effettiva entità del prezzo dei relativi servizi.

Le risultanze dell'indagine hanno poi dimostrato che l'entità del contributo di ricarica risultava inversamente proporzionale al valore del taglio di ricarica. Alle categorie di utenti che utilizzavano le carte ricaricabili di basso taglio veniva applicato un contributo di ricarica che incideva in maniera assai rilevante e crescente sulla spesa da questi sostenuta per usufruire del servizio telefonico, mentre tale onere diminuiva drasticamente, fino, in alcuni casi, a raggiungere un valore pari a zero per gli utenti con maggiori livelli di spesa e con un *budget* più elevato a disposizione.

Tale struttura del contributo di ricarica creava, dunque, le premesse per una ingiustificata, anche in relazione ai costi sottostanti al servizio, discriminazione di prezzo proprio a danno degli utenti che acquistano tagli di ricarica di importo ridotto e che, come evidenziato da studi di settore, presentano generalmente caratteristiche socio-economiche assimilabili alle fasce più deboli.

Alla luce delle risultanze istruttorie, si erano configurati i presupposti per un intervento dell'Autorità ai sensi dell'articolo 71 del Codice delle comunicazioni elettroniche e dell'articolo 2, comma 12, della legge 481/1995, finalizzato a eliminare l'attuale struttura tariffaria c.d. a due parti.

Come noto, tale intervento non è stato necessario in seguito alle disposizioni di cui al decreto legge del 31 gennaio 2007 n. 7, con cui il Governo ha vietato, in un più ampio contesto mirante alla tutela della trasparenza per il cittadino, agli operatori di telefonia, di reti televisive e di comunicazioni elettroniche l'applicazione di costi fissi e di contributi per la ricarica di carte prepagate.

### ***Indagine conoscitiva sulle modalità di attuazione della delibera n. 185/03/CSP***

Con la delibera n. 164/06/CSP l'Autorità ha avviato una consultazione pubblica concernente un'indagine conoscitiva sulle modalità di attuazione della delibera n. 185/03/CSP approvativa del regolamento sui criteri di attribuzione di quote di diritti residuali derivanti dalla limitazione temporale dei diritti di utilizzazione televisiva acquisiti dagli operatori televisivi.

L'indagine conoscitiva si inserisce nel programma di interventi volto a favorire l'utilizzazione razionale e pluralistica delle frequenze destinate ai servizi radiotelevisivi nella prospettiva della conversione alla tecnica digitale approvato dall'Autorità con delibera n. 163/06/CONS e, in particolare, nel punto 8 del piano d'azione recante "Realizzazione di un'indagine conoscitiva sugli aspetti complessivi relativi ai contenuti offerti con la tecnologia digitale".

L'indagine *de qua* è stata svolta mediante la realizzazione di una consultazione pubblica, aperta anche a soggetti che non avevano partecipato al procedimento del 2003, al fine di ampliare gli ambiti dell'indagine conoscitiva anche alle nuove piattafor-

me distributive (digitale terrestre, telefonia mobile, cavo e internet) e acquisire elementi riguardanti il ciclo di produzione e distribuzione di prodotti televisivi di fondamentale importanza per il mercato italiano quali il documentario, i *format* di intrattenimento e i cartoni animati.

A tutti i soggetti che hanno manifestato interesse a intervenire è stato chiesto di chiarire il proprio punto di vista in merito ad argomenti riguardanti l'applicazione della delibera n. 185/03/CSP; in particolare, sono state richieste informazioni sul ciclo di sviluppo del prodotto audiovisivo in Italia; "sulla gestione dei diritti residuali nel rapporto tra emittenti e produttori; sul livello di partecipazione e sul tipo di coinvolgimento (finanziario, organizzativo, esecutivo) dei produttori relativamente allo sviluppo del prodotto; su come avviene la negoziazione dei diritti per la distribuzione di un'opera audiovisiva su piattaforme diverse da quella/e su cui è prevista la prima diffusione dell'opera e sulle modalità inerenti alla ri-negoziazione dei diritti nel caso di realizzazione di un *sequel* o di uno *spin-off*.

Attualmente, l'indagine conoscitiva ha esaurito la fase delle audizioni durante la quale hanno offerto contributi numerose imprese e associazioni.

I risultati dell'analisi dei contributi pervenuti saranno disponibili a breve e verranno pubblicati sul sito *web* dell'Autorità.

### **Indagine conoscitiva sulla fornitura di servizi radiofonici in tecnica digitale**

Con delibera n. 665/06/CONS l'Autorità ha avviato una consultazione pubblica concernente una indagine conoscitiva sulla fornitura di servizi radiofonici in tecnica digitale anche mediante ulteriori *standard* disponibili ai fini dell'integrazione del regolamento recante la disciplina della fase di avvio delle trasmissioni radiofoniche in tecnica digitale approvato con la delibera n. 149/05/CONS.

La consultazione ha l'obiettivo di pervenire a una regolamentazione della radiofonia digitale in linea con l'evoluzione tecnologica del settore.

Il quadro normativo per lo sviluppo della radiofonia digitale è stato, per la prima volta, introdotto dalla legge n. 66/2001, in base alla quale l'Autorità ha emanato il regolamento per la radiodiffusione in tecnica digitale (delibera n. 435/01/CONS) che, agli articoli 30 e 31 detta le norme relative al settore radiofonico, prevedendo, in analogia al settore televisivo, la licenza per gli operatori di rete e l'autorizzazione per i fornitori di contenuti.

A questo primo regolamento, ha fatto seguito l'approvazione del Piano nazionale di assegnazione delle frequenze per la radiodiffusione sonora in tecnica digitale di cui alla delibera n. 249/02/CONS, basato sulla tecnologia DAB-T, secondo i criteri stabiliti dalla citata legge n. 66 del 2001.

Un secondo regolamento, specifico per la radio digitale, è stato adottato dall'Autorità con la delibera n. 149/05/CONS, con l'obiettivo di disciplinare la fase di avvio delle trasmissioni radiofoniche terrestri, sulla base dei criteri dettati dalla legge n. 112/2004.

Con la delibera n. 266/06/CONS relativa alla fase di avvio delle trasmissioni digitali terrestri verso terminali mobili, è stata prevista l'integrazione della delibera n. 149/05/CONS per disciplinare le trasmissioni radiofoniche in tecnica digitale anche mediante gli ulteriori *standard* disponibili.

Questo *iter* che ha portato L'Autorità, con la delibera n. 665/06/CONS, ad acquisire, tramite consultazione pubblica, elementi di informazione e documentazione relativi alla fornitura di servizi radiofonici in tecnica digitale attraverso ulteriori *standard* disponibili.

Obiettivo principale della consultazione è quello di verificare l'interesse per l'introduzione delle dette tecnologie in Italia e per raccogliere elementi per verificare l'attuale regolamentazione dei servizi radiofonici digitali, basata sulla tecnologia T-DAB, di cui alla delibera n. 149/05/CONS, anche mediante ulteriori *standard* disponibili, emergenti a livello internazionale, nel rispetto del principio di "neutralità tecnologica."

Le parti interessate sono state invitate a trasmettere all'Autorità le proprie osservazioni in merito a questo argomento, con particolare riferimento alle tematiche espresse nel testo della consultazione, che per comodità di esposizione sono state riassunte in due sezioni: *standard*, tecnologie e mercato e aspetti di natura regolamentare.

La consultazione ha riscosso un notevole successo e ha visto la partecipazione di oltre 100 soggetti costituiti da associazioni di categoria, emittenti radiofoniche, consorzi di imprese, fornitori di contenuti, ed anche alcuni operatori di radio digitale esteri e imprese appartenenti al settore delle telecomunicazioni.

L'analisi dei contributi pervenuti, che è in corso di ultimazione, ha richiesto più tempo del previsto, per la loro numerosità e la complessità dei temi, nonché per l'esigenza di effettuare un *benchmark* europeo al fine di verificare le tendenze in atto negli altri Stati. L'effettuazione di una consultazione pubblica di ampio raggio si è resa necessaria per raccogliere i necessari elementi di valutazione onde poter adeguare al meglio l'attuale regolamentazione della radio digitale in un'ottica di maggior pluralismo e innovazione.

Nell'attuale panorama dei mezzi di comunicazione di massa la radio si conferma come importantissimo mezzo sia d'informazione che d'intrattenimento e il suo sviluppo alla luce delle nuove tecnologie digitali e multimediali rappresenta una grande opportunità che questo mezzo deve poter cogliere mantenendo quelle caratteristiche di pluralismo che caratterizzano il settore radiofonico.

## ■ 2.4. La telefonia fissa

In merito alle tematiche inerenti alla telefonia fissa, l'Autorità ha continuato a svolgere i propri compiti di regolamentazione, vigilanza e sanzione nel rispetto del quadro normativo vigente e parallelamente allo svolgimento delle attività relative alle analisi dei mercati.

Nel periodo compreso tra il mese di maggio 2006 e il mese di aprile 2007, gli interventi posti in essere dall'Autorità hanno riguardato i seguenti ambiti:

- i. verifica della contabilità regolatoria degli operatori di rete fissa e mobile notificati;
- ii. procedimento istruttorio concernente l'approvazione dell'offerta di riferimento dei servizi trasmissivi a capacità dedicata;
- iii. approvazione dell'offerta di riferimento 2006 per i servizi di interconnessione;

- iv. approvazione dell'offerta di riferimento 2006 per i servizi di accesso disaggregato e di co-locazione;
- v. verifica del costo netto del servizio universale sostenuto da Telecom Italia;
- vi. gara a procedura aperta per l'affidamento dell'incarico relativo alla verifica della contabilità regolatoria;
- vii. revisione del Piano Nazionale di Numerazione;
- viii. verifica delle condizioni di offerta al pubblico praticate dall'operatore *incumbent* attraverso il listino generalizzato;
- ix. analisi delle condizioni di offerta al pubblico praticate da Telecom Italia attraverso pacchetti sconto e offerte specifiche;
- x. variazione dei prezzi delle comunicazioni da apparati di telefonia pubblica.

### ***Verifica della contabilità regolatoria degli operatori di rete fissa e mobile notificati***

L'attività di verifica della contabilità regolatoria degli operatori di rete fissa e mobile notificati ha come oggetto la certificazione della conformità della rendicontazione contabile, prodotta dagli operatori detentori di significativo potere di mercato, con il quadro normativo vigente.

A tale proposito, l'Autorità ha incaricato la società Mazars&Guerard, quale organismo indipendente, al fine di verificare la contabilità regolatoria afferente a tutti quei servizi offerti in regime regolamentare dagli operatori notificati, che risultano destinatari di obblighi specifici di rendicontazione contabile.

L'oggetto della verifica riguarda la contabilità regolatoria relativa agli esercizi 2002-2004 degli operatori TIM e Vodafone, per quanto concerne l'offerta dei servizi di terminazione del traffico su rete mobile e di Telecom Italia, per quanto attiene ai servizi all'ingrosso e al dettaglio offerti su rete fissa.

La società Mazars&Guerard, quale organismo indipendente, è dunque chiamata a verificare la conformità della contabilità regolatoria, prodotta dagli operatori notificati, alla delibera n. 152/02/CONS in tema di "Misure atte a garantire la piena applicazione del principio di parità di trattamento interna ed esterna da parte degli operatori aventi notevole forza di mercato nella telefonia fissa" e alla delibera n. 399/02/CONS concernente le "Linee guida per la contabilità a costi correnti per gli operatori notificati di rete fissa e mobile e misure in materia di predisposizione della contabilità regolatoria da parte degli operatori mobili."

Per quanto attiene ai servizi di terminazione del traffico su rete mobile, la società Mazars&Guerard, nell'ambito dell'incarico di verifica, ha completato la revisione contabile (contabilità a costi storici) dell'esercizio 2002 e sta completando la revisione contabile per gli esercizi 2003-2004, nel rispetto dei termini stabiliti nel piano delle attività. Tale piano prevede anche la revisione della rendicontazione contabile a costi correnti che sarà completata nel corso del 2007.

Relativamente alla contabilità regolatoria di rete fissa, predisposta da Telecom Italia, la società Mazars&Guerard ha avviato quest'anno le attività di verifica dell'esercizio contabile 2004, anche in considerazione del fatto che la certificazione degli esercizi 2003 e 2004 è previsto che avvenga entro la fine del 2007.

### **Procedimento istruttorio concernente l'approvazione dell'offerta di riferimento dei servizi trasmissivi a capacità dedicata**

In date 30 marzo 2006 e 11 maggio 2006, Telecom Italia ha pubblicato, rispettivamente, l'offerta di riferimento dei circuiti diretti *wholesale* e l'offerta di riferimento 2006 dei servizi trasmissivi a capacità dedicata, ai sensi degli articoli 15 e 16 della delibera n. 45/06/CONS relativa ai mercati dei segmenti terminali di linee affittate e dei segmenti di linee affittate su circuiti interurbani (mercati n. 13 e n. 14).

L'Autorità, in data 22 maggio 2006, ha pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 117, l'avviso di avvio del procedimento istruttorio per valutare la conformità al quadro normativo dell'offerta di riferimento 2006 di Telecom Italia e, se del caso, disporne la modifica. Con l'avvio del procedimento istruttorio, gli operatori hanno inviato all'Autorità memorie e documenti in merito alle condizioni tecniche ed economiche pubblicate nell'offerta di riferimento 2006 dei servizi trasmissivi a capacità dedicata di Telecom Italia. Sulla base dei rilievi effettuati dall'Autorità nella prima fase istruttorio, in data 18 settembre 2006, Telecom Italia ha pubblicato una nuova offerta di riferimento 2006 per i segmenti *terminating* e *trunk* nonché dei flussi di interconnessione e raccordi interni di centrale, oggetto anch'essa di memorie e documenti prodotti dagli operatori.

Sono tuttora in corso ulteriori approfondimenti istruttori volti alla definizione di condizioni tecniche ed economiche dei servizi trasmissivi a capacità dedicata, conformi alla delibera n. 45/06/CONS.

### **Approvazione dell'offerta di riferimento 2006 per i servizi di interconnessione**

Con la pubblicazione della delibera n. 19/06/CIR, l'Autorità ha approvato, con modifiche, l'offerta di riferimento 2006 di Telecom Italia pubblicata il 28 ottobre 2005 per i servizi di interconnessione, con l'esclusione dei servizi di accesso disaggregato all'ingrosso la cui approvazione è stata demandata a un separato provvedimento.

Tra le principali modifiche disposte all'offerta, si evidenzia quella del valore di vincolo adoperato da Telecom Italia per il *network cap*. Tale modifica, legata al diverso valore degli indici dei prezzi al consumo impiegati da Telecom Italia, unitamente alla revisione delle modalità di approssimazione impiegate, ha comportato riduzioni oscillanti tra lo 0,20% e lo 0,25% per i diversi livelli di interconnessione.

Viene, altresì, fissato per le prestazioni di *assurance* di tutti i servizi di interconnessione un criterio generale secondo cui tutti gli SLA di *assurance* devono includere una procedura di chiusura concordata del guasto che preveda che Telecom Italia segnali all'operatore alternativo l'avvenuto intervento, prima della chiusura dell'attività, affinché si possa verificare l'effettivo funzionamento del servizio.

Le modifiche richieste dall'Autorità prevedono, inoltre, che Telecom Italia riveda i limiti di fornitura per la prestazione di portabilità del numero su rete fissa, nel rispetto delle capacità di evasione realmente disponibili e che imponga tempi stringenti (compatibili con gli SLA di fornitura della portabilità del numero) per il reistadamento delle chiamate in caso di portabilità successiva dei numeri fissi. Viene, altresì, introdotta una modalità a richiesta per la fornitura del dettaglio della fatturazione dei servizi di tran-

sito, volta a garantire agli operatori interconnessi massima trasparenza sui servizi effettivamente pagati. Si ribadisce poi, per le numerazioni 12XY, l'applicazione delle modalità di interconnessione relative alle altre numerazioni non geografiche, richiedendo a Telecom Italia di provvedere affinché siano definite interfacce tecniche di interconnessione tali da consentire il cambio di regime tariffario nel corso delle chiamate a numero non geografico. Tra le ulteriori modifiche di rilievo si sottolinea che, con riferimento al prezzo della c.d. *surcharge* per raccolta da telefonia pubblica, l'Autorità ha fissato il valore massimo applicabile per il 2006 a 7,3 centesimi di euro al minuto, mentre la quota massima dovuta per il servizio di fatturazione per numerazioni non geografiche è del 3,1%, in linea con i principi adottati con la delibera n. 2/03/CIR.

### **Approvazione dell'offerta di riferimento 2006 per i servizi di accesso disaggregato e di co-locazione**

Con la pubblicazione della delibera n. 83/06/CIR, l'Autorità ha approvato, con modifiche, l'offerta di riferimento 2006 di Telecom Italia per i servizi di accesso disaggregato all'ingrosso alle reti e sottoreti metalliche pubblicata il 3 marzo 2006, ai sensi della delibera n. 4/06/CONS.

Tra le principali modifiche disposte all'offerta, si evidenzia quella relativa ai prezzi dei servizi di co-locazione per l'anno 2006 sulla base dei criteri di orientamento al costo e di parità di trattamento interna ed esterna fissati dalla delibera n. 4/06/CONS. L'Autorità ha richiesto la modifica dei prezzi per i servizi di energia, per il condizionamento e per l'affitto al metro quadrato, ridefinendo, altresì, le condizioni tecniche di affitto dei moduli di co-locazione. In merito alle modifiche dei prezzi soggetti a *network cap*, l'Autorità ha richiesto l'applicazione dell'Indice dei Prezzi al Consumo (IPC) dell'1,7% in luogo dell'1,8% adottato da Telecom Italia, l'applicazione dei vincoli di *cap* ai prezzi base approvati per il 2005 con la delibera n. 1/05/CIR in sostituzione di quelli riproposti da Telecom Italia il 28 ottobre 2005, nonché l'adeguamento dei prezzi richiesti per le attività di manutenzione e attivazione di diversi servizi ai costi delle attività sottiacenti.

Tra le norme a carattere generale, non legate unicamente all'offerta di riferimento 2006, l'Autorità ha disposto che Telecom Italia, nel rispetto del principio di parità di trattamento interna ed esterna, riproponga eventuali promozioni rivolte ai propri utenti finali anche con riferimento ai corrispondenti servizi intermedi. A tal fine, è fatto obbligo per Telecom Italia di comunicare, con almeno 60 giorni di preavviso, agli operatori e all'Autorità tali promozioni sui servizi all'ingrosso, affinché possa essere verificata la replicabilità delle corrispondenti promozioni sulle tariffe al dettaglio.

Nell'ambito del procedimento di approvazione dell'offerta di riferimento 2006 di Telecom Italia, viene inoltre chiarito che l'*Unbundling del Local Loop* virtuale (VULL) è una prestazione temporanea che sostituisce l'*unbundling* fisico (ULL) fino al rilascio degli ampliamenti dei siti o delle nuove risorse di co-locazione già pianificate da Telecom Italia. Infine, per tutti i servizi di accesso disaggregato, la delibera n. 83/06/CIR prevede la riformulazione dei *Service Level Agreement* e delle corrispondenti penali a partire dalle analoghe condizioni garantite da Telecom Italia ai propri utenti finali.

In tal modo, viene assicurata la replicabilità delle offerte commerciali di Telecom Italia anche relativamente agli aspetti di garanzia sulla qualità del servizio. In seguito

alla ripubblicazione dell'offerta di riferimento 2006 per i servizi di accesso disaggregato all'ingrosso da parte di Telecom Italia, l'Autorità sta verificando gli adeguamenti proposti dall'operatore, in ottemperanza alla delibera n. 83/06/CIR.

### **Verifica del costo netto del servizio universale sostenuto da Telecom Italia**

La verifica del calcolo del costo netto del servizio universale relativo all'esercizio 2003 è stata completata dalla società Europe Economics, quale organismo indipendente incaricato dall'Autorità ai sensi dell'articolo 62 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

L'Autorità con la delibera n. 22/06/CIR ha, quindi, avviato un processo di consultazione pubblica volto ad acquisire le osservazioni degli operatori in merito alla proposta di provvedimento sull'approvazione del finanziamento del costo netto 2003, nonché sull'introduzione di nuove metodologie relative, da un lato, all'identificazione della telefonia pubblica e delle aree potenzialmente non remunerative e, dall'altro, alle tecniche contabili e di calcolo del costo netto. Considerando la complessità dei temi oggetto di consultazione e su richiesta avanzata da alcuni operatori, l'Autorità, con la delibera n. 67/06/CIR, ha riaperto i termini della suddetta consultazione pubblica al fine di garantire una più approfondita partecipazione di tutti i soggetti interessati alle tematiche oggetto del procedimento.

All'esito del processo di consultazione pubblica, l'Autorità, con la delibera n. 28/07/CIR, ha approvato il finanziamento del costo netto del servizio universale per l'esercizio 2003 nella misura di circa 41 milioni di euro. Tale delibera prevede che siano chiamati a contribuire al finanziamento del servizio universale, oltre Telecom Italia, Telecom Italia Mobile, Telecom Italia Sparkle, anche gli operatori Vodafone e Wind, sulla base delle quote calcolate ai sensi dell'allegato 11 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

L'Autorità ha confermato l'esenzione dagli obblighi di contribuzione al fondo del servizio universale, per tutti gli operatori di rete fissa e mobile i cui ricavi netti, calcolati sulla base di quanto previsto dall'allegato 11 del Codice delle comunicazioni elettroniche, sono risultati inferiori al 1% del totale. Le quote di contribuzione al fondo per l'esercizio 2003, di competenza di ciascun operatore, sono riportate nella seguente tabella 2.3.

**Tabella 2.3.** Quote di contribuzione al fondo per il servizio universale (2003)

<b>Soggetto debitore</b>	<b>Quota di contribuzione (%)</b>	<b>Finanziamento del servizio universale (euro)</b>
Telecom Italia	30,1	12.352.841
Telecom Italia Mobile	29,3	12.024.527
Vodafone Omnitel	22,5	9.233.852
Wind TLC	14,5	5.950.704
Telecom Italia Sparkle	3,6	1.477.416
Totale contribuzione	100,0	41.039.340
Quota del Fondo da versare all'Autorità per il costo della verifica	-	164.000

Fonte: elaborazioni Autorità

Con la delibera n. 22/06/CIR l'Autorità ha, inoltre, sottoposto a consultazione pubblica una serie di innovazioni di natura metodologica per il calcolo del costo netto che, come indicato nella stessa delibera, potranno essere introdotte per la verifica degli anni successivi al 2003.

Le novazioni metodologiche sono in via di definitiva approvazione con un separato provvedimento.

Alla luce dell'analisi dei dati forniti da Telecom Italia relativi ai costi netti di competenza degli anni 2004 e 2005, l'Autorità ha già valutato come ingiustificato il relativo costo di fornitura del servizio universale, confermando l'applicabilità del meccanismo di ripartizione.

Per quanto concerne il controllo del calcolo del costo netto del servizio universale per l'anno 2005 da parte di un Organismo indipendente si evidenzia che l'Autorità, con la delibera n. 744/06/CONS, ha indetto una gara a procedura aperta per l'affidamento dell'incarico relativo, tra l'altro, al controllo del calcolo del costo netto sostenuto dal soggetto incaricato di fornire il servizio universale per gli anni 2005 e 2006 (Cfr. paragrafo seguente).

### ***Gara a procedura aperta per l'affidamento dell'incarico relativo alla verifica della contabilità regolatoria***

L'Autorità con la delibera n. 744/06/CONS ha indetto la gara a procedura aperta per l'affidamento dell'incarico relativo alla verifica della contabilità regolatoria, per gli anni 2005, 2006 e 2007, degli operatori di rete fissa e di rete mobile notificati quali aventi notevole forza di mercato e per il controllo del calcolo del costo netto sostenuto dal soggetto incaricato di fornire il servizio universale per gli anni 2005 e 2006.

Al fine di garantire e di incentivare la partecipazione di numerosi soggetti, la procedura di gara è stata suddivisa in tre lotti distinti e la candidatura può riguardare anche un singolo lotto di gara. Tutte le condizioni e modalità relative alla partecipazione alla procedura di gara dei soggetti interessati sono state definite in dettaglio nell'ambito del provvedimento medesimo.

### ***Revisione del Piano Nazionale di Numerazione***

Con la pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 214 del 14 settembre 2006 l'Autorità ha avviato il procedimento istruttorio relativo alla revisione del Piano Nazionale di Numerazione (PNN), di cui alla delibera n. 9/03/CIR e successive modificazioni e integrazioni.

Tale provvedimento definisce la corrispondenza tra la numerazione, la sua struttura e i servizi per i quali la stessa può essere utilizzata, nonché le modalità e le procedure per l'assegnazione dei diritti d'uso delle numerazioni e, più in generale, i criteri per l'utilizzo delle stesse, atti a consentire un uso efficiente della risorsa scarsa di numerazione.

In considerazione del tempo trascorso dall'emanazione del vigente PNN (approvato con delibera n. 9/03/CONS nel corso del 2003) e tenuto conto, sia delle variazioni già introdotte nelle norme per disciplinare situazioni specifiche, sia degli sviluppi intervenuti in ambito normativo, regolamentare e tecnologico, è stata ravvisata la

necessità di procedere a una revisione organica del PNN finalizzata a introdurre nel Piano stesso, in maniera coordinata, le modifiche e le integrazioni disposte dall'Autorità dalla data di approvazione della suddetta delibera, di adeguare il PNN all'evoluzione regolamentare e tecnica delle reti e dei servizi di comunicazione elettronica, nonché di valutare l'introduzione di misure per garantire ulteriormente la tutela dell'utenza nell'uso dei servizi di comunicazione elettronica.

Nello specifico, si citano alcune tematiche affrontate e relative: alla numerazione attribuita ai servizi di comunicazione vocale nomadici; all'uso della numerazione in decade 3 per servizi integrati fisso-mobile; alle modalità di utilizzo delle numerazioni per servizi mobili da parte degli operatori mobili virtuali (ESP e in prospettiva MVNO); alle modalità di assegnazione dei diritti d'uso in caso di numerazione portata; al riesame della normativa per l'assegnazione dei diritti d'uso della decade 4; alla revisione delle norme d'uso della decade 7, nonché a quelle della numerazione 892 nell'ambito dei servizi a sovrapprezzo; alla revisione e adeguamento delle soglie di prezzo per i diversi servizi, con l'introduzione di soglie di prezzo per i servizi offerti con modalità di tariffazione forfetaria; infine, alla ulteriore assegnazione di numerazione per servizi di pubblica utilità.

Nell'ambito della consultazione preliminare, avviata contestualmente alla revisione del provvedimento, è stato sentito, in qualità di organismo che gestisce e assegna la numerazione, il Ministero delle comunicazioni e sono pervenuti i contributi di venti soggetti tra operatori di rete fissa e mobile, ISP e fornitori di servizi.

L'attività attualmente in corso prevede la stesura del nuovo PNN con l'obiettivo di sistematizzare e razionalizzare la normativa e i cambiamenti tecnologici sopravvenuti in una struttura di regolamento che possa costituire un'adeguata base di partenza per successive evoluzioni del Piano in sintonia con gli ulteriori sviluppi che già oggi si preannunciano in materia di maggiore integrazione dei servizi e d'utilizzo delle risorse in base al principio di neutralità tecnologica.

La fase di pre-consultazione si è da poco conclusa e l'Autorità ha avviato la consultazione pubblica contenente la proposta di revisione del PNN (delibera n. 44/07/CIR).

### ***Verifica delle condizioni di offerta al pubblico praticate dall'operatore incumbent attraverso il listino generalizzato***

Le analisi dei mercati dei servizi di accesso e dei servizi a traffico hanno confermato il sistema di controllo dei prezzi praticati alla generalità della clientela realizzato attraverso l'applicazione del meccanismo di *price cap*.

L'Autorità ha emanato le nuove disposizioni in materia con la pubblicazione della delibera n. 33/06/CONS, relativa ai mercati al dettaglio dell'accesso alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali (mercati n. 1 e n. 2 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE) e con la pubblicazione della delibera n. 642/06/CONS, relativa ai mercati dei servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali (mercati n. 3 e n. 5 della raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE).

I due provvedimenti hanno come riferimento la precedente normativa contenuta nella delibera n. 289/03/CONS, la quale aveva, a sua volta, innovato la preesistente

disciplina recata dalla delibera n.171/1999, successivamente modificata dalle delibere n. 847/00/CONS e n. 469/01/CONS.

Per quanto attiene ai servizi di accesso (canoni e contributi *una tantum*), il nuovo regime di controllo dei prezzi (delibera n. 33/06/CONS) si sovrappone al precedente in quanto ha validità per gli anni 2006 e 2007; la delibera n. 289/03/CONS, infatti, disciplinava il sistema del *price cap* fino al 31 dicembre 2006. Il nuovo regime di controllo dei prezzi si applica per i servizi a traffico al triennio 2007 - 2009 (delibera n. 642/06/CONS).

La delibera n. 33/06/CONS ha introdotto alcune modifiche al preesistente meccanismo di controllo dei prezzi. In particolare, al pari della delibera n. 642/06/CONS, ha espressamente previsto in luogo del valore dell'IPC (Indice dei Prezzi al Consumo per le famiglie di operai e impiegati rilevato dall'ISTAT) sin qui utilizzato, comprensivo dei tabacchi, l'adozione del medesimo indice valutato su un paniere che esclude i consumi di tabacchi. La delibera n. 33/06/CONS propone, inoltre, un *cap* (pari a IPC-0) per la valorizzazione del *basket* dei consumi della clientela affari e uno (pari a IPC-IPC, ossia valore nominale costante) per quella del *basket* dei consumi della clientela residenziale, in luogo del preesistente *cap* (IPC-0) operante sulla valorizzazione dell'intero *basket* dei servizi di accesso e del *sub cap* (IPC-IPC) previsto per la variazione della valorizzazione del solo *basket* dei canoni residenziali.

La tabella 2.4 riporta i vincoli imposti dal meccanismo del *price cap* alla variazione delle valorizzazioni dei *basket* dei consumi dei servizi oggetto di controllo, determinati a partire dal valore dell'IPC per gli anni 2006 e 2007.

Nel periodo di tempo considerato, che va dal mese di maggio 2006 al mese di apr-

**Tabella 2.4.** Vincoli di *price cap* per gli anni 2006 e 2007

Aggregati		Vincoli per il 2006 da delibera n. 289/03/CONS		Vincoli per il 2006 da delibera n. 33/06/CONS		Vincoli per il 2007 da delibere nn. 33/06/CONS e 642/06/CONS		
Accesso	Residenziali	Contributi	IPC - IPC	0%				
		Canoni						
		Sub-totale			IPC - IPC	0%	IPC - IPC	0%
	Affari	Contributi						
		Canoni						
		Sub-totale			IPC	+1,7%	IPC - 0%	+2%
	Totale		IPC - 0%	+1,9%				
Locale e nazionale	Residenziali							
	Affari							
	Totale		IPC - IPC	0%			IPC - IPC*	0%
Retention fisso- mobile	Residenziali							
	Affari							
	Totale		IPC - 6%	-4,1%			IPC - 6% *	-4,0%

\* A partire dal 1° luglio 2007, il vincolo è fissato in IPC-0 qualora l'Autorità verifichi che l'impresa abbia effettuato investimenti finalizzati al miglioramento degli obiettivi di qualità dei servizi di telefonia vocale fissa e del servizio universale.

Fonte: elaborazioni Autorità

le 2007, allo scopo di ottemperare agli obblighi previsti per i prezzi dei servizi di accesso, sono stati realizzati da Telecom Italia due interventi sul listino.

La prima manovra, con decorrenza 13 ottobre 2006, ha riguardato i canoni della clientela affari secondo lo schema riportato nella tabella 2.5.

**Tabella 2.5.** *Variazione dei prezzi dei servizi di accesso del 13 ottobre 2006 (eurocent al netto dell'IVA)*

	<b>Ante manovra</b>	<b>Dal 13 ottobre 2006</b>
Collegamenti Bidirezionali – Ctg.A	19,20	20,80
Collegamenti Unidirezionali Entranti – Ctg.A	19,20	20,80
Collegamenti GNR	30,00	31,00
Collegamenti GNR con SP	37,00	38,00
Collegamenti GNR – 2 Mbit/s	24,00	25,00
Collegamenti GNR – 2 Mbit/s con SP	30,00	31,00
ISDN Accesso base singolo	29,95	31,00
ISDN Accesso base multiplo Canali Bid./Usc.	29,75	31,30
ISDN Accesso base multiplo Canali Bid./Entr.	22,25	23,80
ISDN Accesso base multiplo Canali GNR	50,75	52,30
ISDN Accesso base multiplo Canali GNR SP	64,75	66,30
ISDN PRA Canali Bidirezionali/Uscenti	15,55	16,40
ISDN PRA Canali Entranti	12,05	12,90
ISDN PRA Canali GNR	22,55	23,40
ISDN PRA Canali GNR SP	28,55	29,40

Fonte: elaborazioni Autorità

Unitamente a quella già attuata il 1° gennaio 2006, la manovra ha comportato un complessivo incremento della valorizzazione del paniere dell'accesso (consumi dell'anno 2004) pari al +3,45% (circa 153,2 milioni di euro) rispetto al riferimento costituito dall'analoga valorizzazione con i prezzi in vigore al 31 dicembre 2005, realizzando tutto l'incremento consentito dalla delibera n. 289/03/CONS.

Sempre con riferimento ai prezzi dei servizi di accesso, Telecom Italia ha presentato, per l'anno 2007, una seconda manovra con decorrenze 1° aprile e 1° ottobre 2007. Si riportano di seguito i nuovi prezzi proposti da Telecom Italia raffrontati con quelli in vigore prima della manovra (tabelle 2.6 e 2.7).

**Tabella 2.6.** *Variazione dei contributi una tantum con decorrenza 1° aprile 2007 (euro IVA esclusa)*

	<b>Clientela residenziale</b>		<b>Clientela affari</b>	
	<b>ante manovra</b>	<b>dal 1° aprile 2007</b>	<b>ante manovra</b>	<b>dal 1° aprile 2007</b>
<b>Contributi una tantum</b>				
<b>PSTN</b>				
Nuovi impianti	125,00	80,00	200,00	80,00
Traslochi e trasformazioni			100,00	60,00
Passaggio da OLO a TI	125,00	80,00	200,00	80,00
<b>ISDN</b>				
Nuovi impianti	100,00	80,00	112,00	80,00
Traslochi e trasformazioni	25,00	60,00	25,00	60,00
Passaggio da OLO a TI	100,00	80,00	112,00	80,00

Fonte: elaborazioni Autorità

**Tabella 2.7.** *Variazione dei canoni della clientela affari con decorrenza 1° aprile e 1° ottobre 2007 (prezzi in euro IVA esclusa)*

Canoni abbonamento clientela affari		Prezzi		
		Ante manovra	dal 1° aprile 2007	dal 1° ottobre 2007
PSTN	Collegamenti Bidirezionali – Ctg.A	20,80	21,80	22,50
	Collegamenti Unidirezionali Entranti – Ctg.A	20,80	21,80	22,50

Fonte: elaborazioni Autorità

La tabella 2.8 che segue riassume la situazione delle valorizzazioni del *basket* dei consumi di riferimento successiva alla manovra proposta.

**Tabella 2.8.** *Variazione delle valorizzazioni dei basket dei servizi di accesso con decorrenza 1° aprile e 1° ottobre 2007*

	Clientela residenziale (1° aprile 2007)		Clientela affari (1° aprile 2007)		Clientela affari (1° ottobre 2007)	
	incremento valore basket (mln euro)	%*	incremento valore basket (mln euro)	%*	incremento valore basket (mln euro)	%*
Contributi	- 21,40	- 27,56%	- 26,75	- 42,28%	- 26,75	- 42,28%
Canoni	+ 0,0	+ 0,0%	+ 38,16	+ 2,06%	+ 64,86	+ 3,50%
Complesso dei servizi di accesso	- 21,40	- 0,83%	+ 11,41	+ 0,59%	+ 38,12	1,99%

\* *Variazione percentuale rispetto al riferimento costituito dalla valorizzazione del basket dell'anno 2005 con i prezzi al 31 dicembre 2006.*

Fonte: elaborazioni Autorità

Per quanto attiene agli interventi sui prezzi dei servizi a traffico questi hanno riguardato esclusivamente le chiamate da rete fissa a rete mobile.

Nel corso del 2005 l'Autorità aveva richiesto a Telecom Italia di posticipare la manovra, inizialmente prevista per il 2 luglio 2005, al 1° settembre 2005 ovvero successivamente all'emanazione della delibera n. 286/05/CONS, con la quale venivano imposti vincoli al livello massimo di prezzo praticabile da parte degli operatori mobili TIM, Vodafone e Wind per il servizio all'ingrosso di terminazione sulle proprie reti. Al fine di recuperare il suddetto ritardo una prima variazione dei prezzi del traffico fisso-mobile è stata anticipata al 7 maggio 2006. La tabella 2.9 ne illustra i contenuti.

**Tabella 2.9.** *Variazione dei prezzi delle chiamate da fisso a mobile del 7 maggio 2006 (eurocent IVA esclusa)*

Prezzi traffico fisso mobile		Clienti residenziali		Clienti affari	
		in vigore	proposti	in vigore	proposti
TIM	Set up	6,56	6,56	6,56	6,56
	Intera (min)	17,96	17,33		
	Ridotta (min)	10,00	10,00	13,30	13,17
VODAFONE	Set up	6,56	6,56	6,56	6,56
	Intera (min)	17,43	17,02		
	Ridotta (min)	10,00	10,00	15,00	14,91
WIND	Set up	6,56	6,56	6,56	6,56
	Intera (min)	23,35	22,14		
	Ridotta (min)	10,00	10,00	15,46	15,12
H3G	Set up	6,56	6,56	6,56	6,56
	Intera (min)	31,93	33,32		
	Ridotta (min)	10,00	10,00	19,41	19,90

Fonte: elaborazioni Autorità

La valutazione delle modifiche dei prezzi del traffico fisso-mobile, con riferimento al conseguimento degli obiettivi di *price cap* per l'anno 2006 va fatta con riferimento alla delibera n. 289/06/CONS e, quindi, all'indice dei prezzi al consumo determinato considerando anche i consumi dei tabacchi. Attraverso la summenzionata manovra si è pervenuti alla situazione rappresentata nella tabella 2.10, dalla quale risulta il raggiungimento dei vincoli di *cap* per l'anno 2006.

**Tabella 2.10.** *Variazione della valorizzazione limitata alla sola quota di retention del basket del traffico fisso-mobile del 7 maggio 2006*

IPC=1,9%	Situazione post manovra		Target 2006		X (delibera 289/03)	Credito 2005 (%)
	Var. spesa (mln euro)	%	Var. spesa ((mln euro)	vincolo*: IPC - X		
<i>Cap retention</i>						
fisso-mobile	-20,7	- 4,09%	-20,7	- 4,09%	6%	0,01%

\* Il vincolo di *cap* per l'anno 2006 comprende il credito maturato nell'anno 2005.

Fonte: elaborazioni Autorità

Una successiva modifica dei prezzi del traffico fisso-mobile, con impatto nullo sulla valorizzazione del *basket* dei consumi del traffico fisso-mobile, si è resa necessaria a luglio 2006 in quanto, in esito al provvedimento finale di cui alla delibera n. 3/06/CONS, recante l'analisi del "mercato della terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili", era stato stabilito che, a partire dal 1° luglio 2006, il prezzo del servizio di terminazione delle chiamate vocali non avrebbe potuto essere maggiore di 11,20 centesimi di euro al minuto sulla rete degli operatori TIM e Vodafone e di 12,90 centesimi di euro al minuto sulla rete dell'operatore Wind. Nessun vincolo di prezzo era stato fissato per l'operatore H3G.

I nuovi prezzi delle chiamate da fisso a mobile con decorrenza 1° luglio 2006 sono riportati nella tabella 2.11.

**Tabella 2.11.** *Prezzi delle chiamate da fisso a mobile con decorrenza 1° luglio 2006 (centesimi di euro IVA esclusa)*

Prezzi traffico fisso mobile		Residenziali	Affari
TIM	Set up	6,56	6,56
	Intera (min)	16,12	12,27
	Ridotta (min)	9,33	
VODAFONE	Set up	6,56	6,56
	Intera (min)	16,89	12,34
	Ridotta (min)	9,33	
WIND	Set up	6,56	6,56
	Intera (min)	19,62	13,67
	Ridotta (min)	9,33	
H3G	Set up	6,56	6,56
	Intera (min)	34,24	19,90
	Ridotta (min)	9,33	

Fonte: elaborazioni Autorità

Tale manovra produce variazioni opposte sulle valorizzazioni dei panieri residenziale e affari che si compensano come evidenziato nella tabella 2.12.

**Tabella 2.12.** Valorizzazione del basket del traffico fisso - mobile  
con decorrenza 1° luglio 2006

<b>Basket</b>	<b>Variazione della valorizzazione</b>	
	<b>Importo (mln di euro)</b>	<b>%</b>
Residenziale	+0,09	+0,04%
Affari	-0,09	-0,04%
Complessivo	-	-

Fonte: elaborazioni Autorità

### **Analisi delle condizioni di offerta al pubblico praticate da Telecom Italia attraverso pacchetti sconto e offerte specifiche**

L'attività di vigilanza svolta dall'Autorità, in merito alle condizioni di offerta al pubblico praticate da Telecom Italia attraverso pacchetti sconto e offerte specifiche è stata effettuata sulla base di quanto disposto dalle delibere n. 152/02/CONS, n. 47/03/CONS e n. 642/06/CONS nel rispetto dei principi di trasparenza, orientamento al costo e non discriminazione. Infatti, l'articolo 66, comma 1, lettera a), del Codice delle comunicazioni elettroniche stabilisce che "restano fermi gli obblighi preesistenti relativi alle tariffe al dettaglio per la fornitura di servizi di accesso e per l'uso della rete telefonica pubblica" fintantoché non sia effettuato un riesame e adottata una decisione ai sensi della procedura prevista per le analisi dei mercati al dettaglio dalla raccomandazione della Commissione europea.

In particolare, la delibera n. 152/02/CONS, nel definire le modalità atte a garantire la piena applicazione del principio di parità di trattamento interna ed esterna da parte di Telecom Italia, identifica appositi strumenti di valutazione delle offerte c.d. a pacchetto al fine di verificare che le condizioni economiche delle offerte consentano sia il recupero dei costi sostenuti dall'operatore notificato di rete fissa, sia la replicabilità di offerte analoghe da parte di un operatore concorrente efficiente. I test di prezzo sono applicati in modo distinto per ciascuno dei servizi a traffico (locale, nazionale, fisso-mobile), separatamente tra clientela residenziale e non residenziale.

La delibera n. 47/03/CONS definisce, invece, le modalità da seguire al fine di garantire il rispetto del principio di non discriminazione della quota di *retention* applicata da Telecom Italia ai diversi operatori di rete mobile.

La delibera n. 642/06/CONS integra, altresì, i criteri da seguire nell'ambito dell'attività di valutazione delle offerte tariffarie presentate da Telecom Italia.

Nel periodo dal mese di maggio 2006 al mese di aprile 2007 le valutazioni condotte dall'Autorità sulle offerte al pubblico da parte di Telecom Italia sono state numerose.

Agli esiti dell'attività di analisi realizzata dall'Autorità, a fronte di criticità inerenti le condizioni economiche di offerta previste dall'operatore notificato, è stata ravvisata, talvolta, la necessità di richiedere la riformulazione delle condizioni economiche inizialmente proposte al fine di garantire il pieno rispetto della normativa vigente.

Uno degli aspetti di maggiore importanza nella valutazione delle offerte commerciali immesse sul mercato e soggette ai *test* di prezzo continua a essere quello dell'interazione con l'operatore per l'acquisizione degli elementi informativi, in particolare, dei dati di consumo a consuntivo indispensabili allorquando, in conseguenza della complessa articolazione della proposta, la verifica *ex ante* è di difficoltosa realizzazione e consente, in ogni caso, solo un confronto approssimativo con le soglie di costo e di replicabilità. A tale proposito, si evidenzia che la delibera n. 642/06/CONS, all'articolo 13, comma 12, prevede che l'Autorità possa richiedere e ottenere tali dati unitamente ai ricavi associati alle offerte.

L'attività di vigilanza effettuata dall'Autorità ha riguardato, tra l'altro, l'offerta di Telecom Italia denominata "Teleconomy No Problem", rivolta alla clientela residenziale, che consente, con la corresponsione di un canone aggiuntivo, di effettuare un numero illimitato di telefonate locali e interdistrettuali verso numerazioni geografiche di Telecom Italia. Alle altre direttrici di traffico si applicano i prezzi del listino generalizzato.

Un'altra offerta di Telecom Italia su cui l'Autorità ha condotto attività di verifica è denominata "Alice Voce Mobile" riservata alla clientela residenziale, specifica per il traffico fisso-mobile. La sottoscrizione dell'offerta consente al cliente, a seguito del pagamento di un importo fisso mensile, di effettuare minuti di conversazione entro determinati *plafond* per il traffico diretto a un operatore di rete mobile selezionato. Al traffico eccedente il *plafond* dei minuti previsto dall'offerta vengono applicate condizioni economiche specifiche.

Sempre per quanto riguarda il segmento residenziale si ritiene di menzionare, infine, l'offerta denominata "Teleconomy Zero Zero" la quale consente, con la corresponsione di un canone di abbonamento, di disporre di una certa quota di traffico nazionale e di videochiamate a un prezzo particolarmente conveniente. Per quanto attiene al traffico fisso-mobile, il cliente dell'offerta ha la possibilità di fruire di un prezzo "a chiamata" particolarmente favorevole per i minuti di conversazione effettuati entro determinati *plafond* per chiamate dirette a un operatore selezionato. Il traffico nazionale rimanente è fatturato ai prezzi del listino generalizzato mentre, per il traffico fisso-mobile eccedente il *plafond* di minuti previsto dall'offerta o diretto a operatori diversi da quello prescelto, viene proposto uno specifico listino.

L'Autorità ha, inoltre, valutato il profilo aggiuntivo "Alice Voce Friends" il quale viene attivato gratuitamente sui profili *flat* dell'offerta "Alice Voce" e consente di effettuare chiamate e lo scambio di messaggi MMS e SMS gratuiti tra clienti della *community* "Alice Voce", a patto che siano originate e destinate da/ai numeri aggiuntivi operanti in modalità VoIP.

Nell'ambito delle offerte connesse all'impiego della tecnologia VoIP è stata oggetto di analisi, da parte dell'Autorità, anche l'offerta denominata "Super Alice Voce No Problem" che costituisce un'evoluzione dei due pacchetti già presenti sul mercato, "Teleconomy No Problem" e "Alice Voce No Problem", in base alla quale viene data la possibilità al cliente di fruire di un'offerta *flat* per il traffico locale e interdistrettuale in fonia indipendentemente dal terminale impiegato per originare le chiamate (RTG o VoIP) e senza essere costretto a corrispondere due distinti canoni di abbonamento.

L'attività di analisi condotta dall'Autorità ha riguardato, inoltre, l'offerta "Teleconomy One Office", rivolta alla clientela affari che consente, a fronte di un importo aggiuntivo mensile, di coprire entro determinati *plafond* un certo numero di minuti di traffico effettuato verso numeri selezionati appartenenti allo stesso operatore mobile.

Si prevede l'applicazione di prezzi specifici al traffico eccedente il *plafond* di minuti previsto dall'offerta, nonché alle chiamate dirette ai numeri di rete fissa nazionale.

L'analisi di verifica realizzata dall'Autorità nel periodo di riferimento ha riguardato, altresì, l'offerta rivolta alla clientela affari di Telecom Italia denominata "7 su 7 Magnum". La struttura tariffaria dell'offerta è caratterizzata dall'applicazione di un canone mensile aggiuntivo differenziato in funzione del profilo di offerta sottoscritto dal cliente, con o senza scatto alla risposta, e da condizioni economiche specifiche per le chiamate fisso-mobile, nazionali e internazionali.

Sempre in merito al segmento *business* Telecom Italia ha proposto diverse modifiche all'offerta denominata "Team Business", introdotta nel mese di gennaio 2006 con il nome di "My Business". L'offerta, nella sua versione aggiornata, si articola su sei profili per il traffico fisso-mobile ciascuno dei quali consente, a fronte del pagamento di un diverso canone mensile, la fruizione di prezzi scontati per l'effettuazione di un determinato numero di minuti di traffico verso un insieme di numerazioni prescelte di uno stesso operatore mobile. Al traffico eccedente il *plafond* o diretto a numerazioni di operatori mobili diversi da quello titolare delle numerazioni prescelte, viene applicato un prezzo mediamente maggiore del listino generalizzato.

### **Variazione dei prezzi delle comunicazioni da apparati di telefonia pubblica**

Nel mese di giugno 2006 i prezzi delle chiamate originate dagli apparati della telefonia pubblica hanno subito un incremento limitato al traffico interdistrettuale e fisso-mobile, realizzato a fronte di una riduzione del ritmo di tassazione (tabella 2.13).

**Tabella 2.13.** *Variazione dei prezzi della telefonia pubblica di giugno 2006.*  
*Modalità del conteggio degli scatti: sincrona anticipata*

	Prezzi ante modifica		Prezzi post modifica	
	Numero scatti alla risposta	Ritmo di tassazione	Numero scatti alla risposta	Ritmo di tassazione
Interdistrettuale	1	57 sec	1	50 sec
Fisso-mobile	1	20 sec	1	17 sec

Fonte: elaborazioni Autorità

Successivamente, nel mese di luglio 2006, Telecom Italia ha comunicato il nuovo listino dei prezzi delle chiamate effettuate da apparati di telefonia pubblica, conseguente alla variazione dal 10% al 20% dell'aliquota IVA disposta dal decreto legge 4 luglio 2006, n. 223 (legge di conversione del 4 agosto 2006, n. 248).

L'Autorità ha provveduto a stimare la spesa sostenuta dalla clientela prima e dopo la modifica effettuata, onde verificare che, al netto dell'IVA, il nuovo listino non comportasse un aggravio per i consumatori.

All'esito dell'attività di valutazione, l'Autorità è intervenuta imponendo un aggiustamento dei ritmi di tassazione inizialmente proposti da Telecom Italia al fine di conseguire un impatto della manovra (al netto dell'IVA) pressoché nullo.

La tabella 2.14 riporta il listino applicato da Telecom Italia a partire dal mese di settembre 2006.

**Tabella 2.14.** *Variazione dei prezzi della telefonia pubblica di luglio/settembre 2006.  
Valore dello scatto pari a 10 centesimi di euro al netto dell'IVA.  
Modalità del conteggio degli scatti: sincrona anticipata*

Tipo di traffico	Prezzi ante modifica				Prezzi post modifica			
	Numero scatti alla risposta		Ritmo di tassazione (sec)		Numero scatti alla risposta		Ritmo di tassazione (sec)	
Locale	1		120,0		1		97,0	
Interdistrettuale	1		50,0		1		45,0	
Fisso-mobile	1		17,0		1		15,0	
Internazionale	vs	vs	vs	vs	vs	vs	vs	vs
	fisso	mobile	fisso	mobile	fisso	mobile	fisso	mobile
Zona 1	3	3	11,0	8,0	3	3	9,8	7,2
Zona 2	3	3	10,0	7,45	3	3	9,0	6,7
Zona 3	3	3	8,2	7,2	3	3	7,3	6,5
Zona 4	3	3	7,3	5,7	3	3	6,5	5,1
Zona 5	3	3	6,0	5,0	3	3	5,4	4,5
Zona 6	3	3	5,1	4,3	3	3	4,6	3,9
Zona 7	3	3	2,65	2,3	3	3	2,4	2,1

Fonte: elaborazioni Autorità

## ■ 2.5. La telefonia mobile

Nel periodo di riferimento, gli interventi posti in essere dall'Autorità nell'ambito della telefonia mobile hanno riguardato le seguenti tematiche:

- i. la vigilanza sul rispetto della regolamentazione vigente in tema di controllo di prezzo;
- ii. la vigilanza sul rispetto della regolamentazione vigente in tema di portabilità del numero mobile.

### **Attività di vigilanza sul rispetto della regolamentazione vigente in tema di controllo di prezzo**

Relativamente al controllo del prezzo di terminazione, con la pubblicazione della delibera n. 3/06/CONS, l'Autorità ha introdotto un meccanismo programmato di riduzione dei prezzi di terminazione delle chiamate vocali sulle reti degli operatori mobili TIM, Vodafone e Wind per gli anni 2006-2008.

In particolare, a partire dal 1° luglio 2006, il prezzo del servizio di terminazione delle chiamate vocali sulla rete degli operatori mobili TIM, Vodafone e Wind doveva subire un decremento in osservanza del vincolo imposto. Tale prezzo non doveva essere superiore al valore di 11,20 centesimi di euro al minuto per TIM e Vodafone e al valore di 12,90 centesimi di euro al minuto per l'operatore Wind.

L'Autorità ha svolto in tal senso un'attività di verifica volta ad assicurare l'ottemperanza al dettato regolamentare.

Nel periodo di riferimento l'Autorità ha, inoltre, effettuato un'analisi periodica del contesto internazionale, confrontando, tra l'altro, i prezzi di terminazione mobile praticati dagli operatori italiani notificati con la media degli stessi prezzi applicati dagli operatori notificati dei principali Paesi europei.

In merito all'imposizione dell'obbligo di controllo del prezzo di terminazione sulla rete H3G - come già ricordato al paragrafo 2.1 - l'Autorità aveva ritenuto, al momento dell'approvazione della delibera n. 3/06/CONS, che tale prescrizione in capo all'operatore nuovo entrante H3G avrebbe potuto costituire un onere eccessivo tale da potergli impedire di salvaguardare e recuperare gli investimenti effettuati al fine di sviluppare la propria base clienti e consolidare la posizione finanziaria. Tuttavia, ai sensi della delibera n. 3/06/CONS, articolo 15, comma 4, l'Autorità ha previsto contestualmente di considerare la possibilità di imporre gli obblighi di cui all'articolo 50 del Codice delle comunicazioni elettroniche anche all'operatore H3G a valle di un'apposita analisi da svolgersi nei mesi successivi.

Tale procedimento è tuttora in corso allo scopo di valutare l'applicabilità, in capo all'operatore H3G, dell'obbligo di controllo dei prezzi e di contabilità dei costi, nonché di definire, se del caso, il valore massimo del prezzo applicabile per la terminazione delle chiamate vocali su rete H3G. Per i dettagli in proposito si fa esplicito rinvio a quanto contenuto nel paragrafo n. 2.1. in tema di analisi dei mercati e, in particolare, relativamente al mercato della terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili (mercato n. 16).

### ***Attività di vigilanza sul rispetto della regolamentazione vigente in tema di portabilità del numero mobile***

La portabilità del numero mobile tra operatori di reti per i servizi di comunicazioni mobili e personali (*Mobile Number Portability* - MNP) consente, all'utente che decide di rivolgersi a un diverso operatore per la fornitura dei servizi di telefonia mobile, voce e dati, di conservare il proprio numero telefonico. Tale possibilità costituisce un diritto dell'utente, specificatamente tutelato dal Codice delle comunicazioni elettroniche.

L'Autorità ha vigilato riguardo all'attuazione della delibera n. 17/06/CIR, che ha aggiornato in aumento la capacità minima giornaliera di evasione degli ordini che ciascun operatore, in qualità di cedente, deve assicurare, fissandola a 9.000 unità. Nell'ambito di tale attività è recentemente emerso che per una specifica direttrice di portabilità e, in particolare, quella relativa alle richieste da Telecom Italia a Vodafone, la capacità di evasione messa a disposizione da Telecom Italia non è risultata sufficiente. Conseguentemente, si è venuto a creare un accumulo di richieste inevase che hanno superato, a fine marzo 2007, le 300.000 unità, secondo quanto comunicato dall'operatore Vodafone. Uno specifico accordo tra gli operatori mobili, promosso dall'Autorità a tutela della qualità del servizio reso all'utenza, ha stabilito le modalità di recupero di tale accumulo di richieste inevase, a partire dai primi giorni di maggio 2007.

Il fenomeno di accumulo di richieste si era verificato, per altre direttrici, anche nel 2006 e la sua ricorrenza indica sostanzialmente che la capacità complessiva potrebbe non essere adeguata, quantomeno potrebbe non presentare margini per assorbire i picchi di richieste che si verificano in particolari periodi dell'anno o in conseguenza di iniziative di mercato di particolare successo tra la clientela. L'Autorità sta tuttora effettuando l'attività di monitoraggio anche al fine, vista la crescente richiesta del mercato, di valu-

tare un eventuale intervento volto all'ulteriore incremento della capacità giornaliera che ciascun Operatore, in qualità di cedente, deve mettere a disposizione.

Ad aprile 2007, il numero di utenti che hanno cambiato gestore mantenendo il proprio numero telefonico ha superato la quota di 12 milioni, confermando l'elevato interesse della clientela per il servizio di portabilità del numero mobile.

## ■ 2.6. Internet

Durante il periodo di riferimento, relativamente a Internet, l'attività svolta dall'Autorità ha principalmente riguardato le seguenti tematiche:

- i. l'analisi delle offerte di servizi di accesso a banda larga in tecnologia ADSL;
- ii. l'avvio delle attività regolamentari relativamente all'interconnessione delle reti per la fornitura dei servizi *Voice over Internet Protocol* (VoIP) direttamente in IP, senza il passaggio intermedio attraverso le reti tradizionali PSTN;
- iii. le misure per l'introduzione di tecnologie di tipo *Broadband Wireless Access* (BWA) nella banda a 3.5 GHz per servizi di accesso radio a larga banda.

### ***Analisi delle offerte di servizi di accesso a banda larga in tecnologia ADSL***

Nell'ambito del mercato dell'accesso a internet, l'attività di analisi svolta dall'Autorità ha principalmente riguardato le condizioni delle offerte di servizi di accesso a banda larga in tecnologia ADSL *retail* e *wholesale* presentate dalla società Telecom Italia e, in relazione a tali offerte, la verifica del rispetto della normativa vigente.

I principali riferimenti regolamentari per l'analisi di tali offerte sono rappresentati dalla delibera n. 6/03/CIR, recante "Offerte di servizi x-DSL all'ingrosso da parte della società Telecom Italia e modifiche all'offerta per accessi singoli in modalità *flat*" e dalla delibera n. 34/06/CONS, recante "Mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso: identificazione ed analisi del mercato, valutazione di sussistenza di imprese con significativo potere di mercato ed individuazione degli obblighi regolamentari (mercato n. 12 della raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE)".

In particolare, l'attività di analisi svolta dall'Autorità si è prevalentemente concentrata sull'offerta "ADSL *wholesale flat* ad accesso singolo con accessi con velocità in *downstream* fino a 20 Mbit/s in tecnologia ATM ed Ethernet/IP", oggetto della delibera n. 82/06/CIR.

A seguito dell'annullamento con sentenze del TAR del Lazio della decisione dell'Autorità del 12 aprile 2006 di approvazione dell'offerta *retail* "Alice 20 Mega" di Telecom Italia, la delibera citata ha stabilito che la commercializzazione dell'offerta potesse proseguire, avendo verificato la presenza sul mercato di offerte *wholesale* dotate dei requisiti di replicabilità prescritti dalle delibere n. 6/03/CIR e n. 34/06/CONS.

L'Autorità ha ritenuto, infatti, che l'offerta di Telecom Italia "ADSL *wholesale flat* ad accesso singolo" in tecnologia ATM con accessi con velocità in *downstream* fino a 20 Mbit/s, oltre a presentare un differenziale tra il prezzo *wholesale* e il prezzo *retail* in

linea con il valore di *minus* del 30% di cui all'articolo 12, comma 3, della delibera n. 34/06/CONS, fosse dotata di adeguate caratteristiche di disaggregazione, tali da assicurare, sia sul piano economico, sia sul piano tecnico, la replicabilità dell'offerta *retail* "Alice 20 Mega".

Inoltre, con delibera n. 82/06/CIR l'Autorità ha approvato con modifiche l'offerta "ADSL *wholesale flat* ad accesso singolo con accessi con velocità in *downstream* fino a 20 Mbit/s in tecnologia Ethernet/IP", presentata da Telecom Italia il 6 dicembre 2006, prescrivendo alla società di assicurare agli operatori richiedenti la tempestiva attivazione di tutte le necessarie componenti di rete e servizi intermedi accessori e di comunicare le condizioni economiche d'offerta dei collegamenti accessori su rete Ethernet/IP verso le reti degli operatori, nonché le procedure di migrazione degli accessi dalla rete ATM alla rete Ethernet/IP.

A seguito della comunicazione da parte di Telecom Italia relativa all'offerta del servizio *wholesale* di collegamento ADSL senza fonia *retail*, nella quale veniva richiesto agli operatori, oltre al prezzo per la connettività ADSL, la remunerazione del canone telefonico non più percepito, l'Autorità, ha avviato le necessarie attività istruttorie al fine di verificare e approvare, con eventuali modifiche, le nuove condizioni di offerta.

Tale attività è proseguita nel corso del 2006, anno in cui i criteri per la definizione delle condizioni economiche di offerta del servizio di collegamento ADSL senza fonia sono stati definiti in esito al procedimento di analisi del mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso, in ottemperanza alle misure regolamentari di cui alla delibera n. 34/06/CONS.

Tali criteri prescrivono l'utilizzo della metodologia del *retail minus* per la definizione del prezzo del servizio di accesso; definiscono le componenti da valorizzare per la quantificazione del *minus* e individuano il prezzo *retail* cui applicare il *minus* nel solo canone di accesso residenziale.

### **Regolamentazione dei servizi Voice over Internet Protocol (VoIP)**

In data 28 giugno 2006 l'Autorità ha avviato, ai sensi della delibera n. 11/06/CIR, articolo 11, il procedimento istruttorio concernente "Interventi regolamentari in merito alla interconnessione IP e interoperabilità per la fornitura di servizi VoIP (*Voice over Internet Protocol*)". Tale attività prevede la definizione degli interventi regolamentari relativi alle condizioni tecniche e operative che devono essere soddisfatte dagli operatori nel rispetto degli obblighi di cui alla delibera n. 11/06/CIR, articolo 8, comma 6.

Nell'ambito del procedimento istruttorio sono state affrontate diverse tematiche quali quelle relative all'interconnessione e interlavoro tra reti in tecnologia IP, alla definizione di un insieme comune di *standard*, protocolli di segnalazione e interfacce tecniche necessarie per l'interconnessione e l'interoperabilità nella fornitura dei servizi *IP-based*, tra cui il VoIP.

In particolare, il 19 luglio 2006 presso gli uffici dell'Autorità si è tenuta la prima riunione relativa alle tematiche del procedimento.

L'attività istruttoria ha condotto all'elaborazione di un documento in tema interconnessione tra reti in tecnologia IP, nel quale si delinea uno schema di specifiche da sottoporre alle parti al fine di acquisire commenti e posizioni in merito.

**Misure per l'introduzione di tecnologie di tipo *Broadband Wireless Access (BWA)* nella banda a 3.5 GHz per servizi di accesso radio a larga banda**

La banda di frequenze da 3400 a 3600 MHz, brevemente indicata come banda 3.5 GHz, è stata finora utilizzata dal Ministero della difesa per usi militari.

Nel mese di ottobre 2006, il Ministero delle comunicazioni ha reso noto all'Autorità che, anche a seguito dei pareri pervenuti nel tempo dall'Autorità stessa circa la necessità di destinare la banda a 3.5 GHz ad applicazioni civili, il Ministero della difesa avrebbe acconsentito a una progressiva liberazione della banda in argomento, consentendo di avviare il servizio commerciale di accesso radio a larga banda, inizialmente con una ridotta disponibilità delle frequenze e con alcune esclusioni territoriali, per arrivare infine alla completa disponibilità della banda su tutto il territorio nazionale.

Con la delibera n. 644/06/CONS, l'Autorità ha quindi disposto l'avvio di una consultazione pubblica relativa all'introduzione di tecnologie di tipo *Broadband Wireless Access (BWA)* nella banda a 3.5 GHz. Tale consultazione è stata finalizzata, oltre che ad acquisire elementi di informazione e documentazione in ordine alla predisposizione di un eventuale regolamento, anche alla verifica della presumibile necessità di limitare l'accesso alla banda in argomento.

Il periodo di consultazione si è chiuso il 5 febbraio 2007, con un'elevata partecipazione da parte di soggetti direttamente interessati o portatori di interessi qualificati che hanno prodotto di 68 contributi.

Il 27 marzo 2007 il Ministero delle comunicazioni ha comunicato all'Autorità il contenuto dell'accordo sottoscritto con il Ministero della difesa, che prevede la messa a disposizione di una banda di ampiezza complessiva di 150 MHz (2x75 MHz); in alcune località geografiche, tale banda sarà progressivamente resa completamente libera da interferenze derivanti dall'esercizio di impianti residuali del Ministero della difesa.

Conseguentemente l'Autorità ha potuto approvare, con delibera n. 209/07/CONS del 9 maggio 2007, il regolamento per la definizione delle procedure di assegnazione delle frequenze nella banda 3.5 GHz per i servizi di accesso radio alla banda larga *Broadband Wireless Access (BWA)*.

Il regolamento, che introduce le disposizioni in merito alle condizioni di limitazione della banda in questione e i criteri per l'assegnazione dei diritti d'uso e per la fissazione dei contributi, ha l'obiettivo di consentire l'attribuzione delle frequenze, temperando, sia le esigenze di sviluppo della concorrenza, sia quelle di diffusione della banda larga.

Il regolamento prevede l'attribuzione di 3 diritti d'uso per ciascuna area geografica prevista, pari ciascuno ad almeno 2x21 MHz. Con tale dotazione, sarà possibile un'offerta qualificata e diffusa sul territorio di reti di accesso a larga banda alternative alle tradizionali reti su cavo.

Si segnala che, al fine di promuovere condizioni di effettiva concorrenza nella fornitura di accesso via radio, sono state introdotte disposizioni per favorire l'entrata nel mercato di operatori nuovi entranti che non dispongono di ulteriori risorse frequenziali per servizi comparabili a quelli BWA, e in generale misure per favorire l'uso efficiente delle frequenze. Il regolamento stabilisce, inoltre, obblighi minimi di copertura da raggiungere entro 30 mesi dal rilascio dei diritti d'uso, al fine di assicurare l'avvio dei servizi e limitare eventuali fenomeni di *pre-emption*.

Sarà cura del Ministero delle comunicazioni pubblicare il bando di gara al fine di avviare le procedure di selezione dei partecipanti per l'assegnazione delle frequenze che si svolgeranno, come previsto dal regolamento dell'Autorità, mediante un'asta a rilanci multipli basata sull'importo offerto.

## ■ 2.7. Le controversie tra operatori nei settori delle telecomunicazioni e internet

### ***Gli interventi in materia di contenzioso tra operatori di comunicazione elettronica***

L'Autorità, oltre a gestire la conclusione delle 11 controversie insorte tra organismi di telecomunicazioni ancora aperte dall'anno precedente, nel corso del periodo compreso tra il mese di aprile 2006 e maggio 2007, è stata investita della risoluzione di 33 controversie.

Nel corso delle attività istruttorie relative alla risoluzione di tali controversie, si è rilevata, in un numero significativo di casi, la volontà delle parti di pervenire a un accordo nel corso della fase di conciliazione o della stessa fase istruttoria, grazie anche al supporto collaborativo fornito dagli Uffici competenti dell'Autorità nel corso di tutte le fasi istruttorie.

In merito alle controversie che non si sono risolte in fase istruttoria e che sono state, quindi, deferite all'Autorità, appare utile notare che la loro risoluzione è stata semplificata prendendo a riferimento gli interventi regolamentari di carattere generale, quali, ad esempio, quello effettuato sui prezzi di terminazione sulle reti fisse e sui prezzi di terminazione sulle reti mobili, adottati a seguito delle analisi di mercato.

Inoltre, giova evidenziare come la chiarezza della regolamentazione adottata in taluni settori abbia, peraltro, consentito di registrare un minor numero di controversie tra operatori, le quali si sono concentrate su temi specifici, quali ad esempio il prezzo di interconnessione di terminazione inversa tra l'operatore *incumbent* e gli operatori concorrenti.

Oltre a tali aspetti regolamentari, la maggior parte delle controversie ha riguardato la contestazione di mancati o errati pagamenti relativi alla fornitura di servizi di telecomunicazione, nonché l'interpretazione delle modalità di tariffazione di alcuni servizi.

Nella tabella 2.15 è evidenziato il dettaglio relativo alle controversie avviate nel periodo aprile 2006 – maggio 2007 con lo stato attuale del relativo procedimento.

**Tabella 2.15.** *Dati istanza*

<b>Data</b>				
<b>Arrivo</b>	<b>Istante</b>	<b>Controparte</b>	<b>Oggetto</b>	<b>Stato</b>
14/4/06	Seletel's	Elinet	Mancato pagamento fatture per servizi forniti	Rigetto istanza
26/4/06	Elinet	Seletel's	Contestazione fatture e chiusura servizio CPS	Mancata conciliazione
9/5/06	Ergo Italia	BT Albacom	Mancato pagamento provvigioni contrattuali	Mancata conciliazione
9/5/06	E-via	Grapes Network/ Eutelia	Mancato pagamento fatture per servizi forniti	Mancata conciliazione
10/5/06	Eutelia	Telecom Italia	Mancata corresponsione ricavi per servizi 0878	Definizione della CIR
16/6/06	Tele2	Telecom Italia	Contestazione tariffazione servizio di transito	In corso
4/7/06	TAG	Vive la Vie	Risarcimento danni per distacco propri utenti	Rigetto istanza
27/7/06	Welcome Italia	Telecom Italia	Contestazione indebita disattivazione utenti in CPS	In corso
27/7/06	H3G	Vodafone	Contestazione prezzo servizio di terminazione su H3G	Definizione della CIR
27/7/06	TAG S.p.A.	Vive la Vie	Contestazione indebita interruzione del servizio di portabilità	Archiviata
24/8/06	Teleunit	Telecom Italia	Contestazione fatturazione e applicazione procedura antifrode	In corso
6/9/06	H3G	Telecom Italia	Contestazione modalità di fatturazione per terminazione SMS	Mancata conciliazione
18/9/06	KPNQwest	Telecom Italia	Risarcimento danni per disapplicazione prezzi circuiti parziali	Rinuncia per accordo
28/9/06	E-via	Elitel	Mancato pagamento fatture per servizi forniti	Accordo
28/9/06	E-via	Blixer - Elitel	Mancato pagamento fatture per servizi forniti	Accordo
5/10/06	Seletel's	Elinet	Risarcimento danni per interruzione servizio CPS	Rigetto istanza
9/10/06	Fastweb	Telecom Italia	Risarcimento danni per prezzi fisso- mobile inferiori a terminazione	Mancata conciliazione

<b>Data</b>				
<b>Arrivo</b>	<b>Istante</b>	<b>Controparte</b>	<b>Oggetto</b>	<b>Stato</b>
15/11/06	TNET	Telecom Italia	Contestazione fatture per servizi ADSL senza fonia	Mancata conciliazione
22/11/06	Multilink	Telecom Italia	Prezzo per il servizio di interconnessione inversa	Mancata conciliazione
22/11/06	Ergo Italia	BT Albacom	Mancato pagamento provvigioni per acquisizione utenti/servizi	Rigetto istanza
11/12/06	Leadercom	Elitel	Risarcimento danni per interruzione del servizio ai propri utenti	Mancata conciliazione
11/12/06	Fastweb	Telecom Italia	Tariffe di TI fisso- mobile/violazione obbligo orientamento a costi	In corso
20/12/06	H3G	Telecom Italia	Accertamento diritto a ricevere importi relativi al traffico sms	In corso
28/12/06	Telegate	Telecom Italia	Numerazione 12xy richiesta applicazione tariffe di OIR	In corso
4/1/07	1288	Telecom Italia	Numerazione 12xy richiesta applicazione tariffe di OIR	In corso
19/2/07	Brennercom	Telecom Italia	Interconnessione inversa	Mancata conciliazione
27/2/07	Freeway	Telecom Italia	Interconnessione inversa	In corso
21/3/07	Ambrogio	Eutelia	Risarcimento danni per mancati servizi	In corso
21/3/07	Grapes N. S.	Telecom Italia	Mancato pagamento fatture per servizi forniti	Rinuncia per accordo
10/05/07	PIU' Uno International S.p.A.	M-Three Satcom S.r.l.	Indebita interruzione del servizio contestazione fatture	In corso
11/05/07	Multilink	Telecom Italia	Interconnessione inversa	In corso
23/05/07	E-via	Elitel	Mancato pagamento fatture per servizi forniti	In corso
23/05/07	E-via	Mediterranea TLC	Mancato pagamento fatture per servizi forniti	In corso

Fonte: Autorità

Si evidenzia che attualmente l'Autorità è impegnata nello svolgimento dell'attività finalizzata alla revisione del regolamento relativo alla risoluzione delle controversie tra organismi di telecomunicazioni al fine di adeguarlo agli sviluppi normativi e di recepire alcuni miglioramenti suggeriti dalla prassi applicativa.

## ■ 2.8. L'audiovisivo

### *La televisione digitale terrestre*

Nel periodo compreso tra il mese di maggio 2006 e aprile 2007, si è data prima attuazione al programma determinato con la delibera n. 163/06/CONS recante "Atto di indirizzo - approvazione di un programma di interventi volto a favorire l'utilizzazione razionale delle frequenze destinate ai servizi radiotelevisivi nella prospettiva della conversione alla tecnica digitale".

Tale atto di indirizzo individua, tra l'altro, la necessità di procedere all'aggiornamento della regolamentazione della televisione digitale terrestre in base all'adozione di criteri che rendano effettiva e sostanziale la cessione del 40% della capacità trasmissiva, prevista dalla legge n. 66/2001. In esecuzione di tale prescrizione, al fine di favorire il pluralismo e di accelerare la transizione al digitale terrestre, nonché di creare le condizioni per un'offerta di qualità uniforme su tutto il territorio nazionale, l'Autorità ha previsto l'allocazione del 40% della capacità trasmissiva nei *multiplex* digitali degli operatori nazionali che hanno già completato le proprie reti (delibera n. 109/07/CONS).

Il medesimo provvedimento regolamentare dispone che le emittenti che hanno già completato le proprie reti digitali debbano comunicare la situazione della propria capacità trasmissiva a disposizione di terzi e i contratti già in corso, che saranno salvaguardati, così come lo spazio rimasto libero. Inoltre, tramite l'espletamento di una procedura competitiva sarà assegnata la capacità trasmissiva agli editori indipendenti, alle emittenti nazionali che richiedano il completamento della copertura delle proprie reti e alle emittenti locali che non dispongano di impianti in tecnologia digitale. Per queste ultime, è stato riservato uno spazio maggiore, rispetto alle iniziali previsioni, finalizzato a una capacità trasmissiva anche al di fuori delle aree *all digital*, ossia quelle destinate per prime allo *switch-off* dell'analogico e, quindi, al passaggio definitivo al digitale terrestre.

Un disciplinare di gara, con una procedura competitiva, consentirà di assegnare la capacità trasmissiva per un terzo agli editori indipendenti, per un terzo alle emittenti nazionali che richiedano il completamento della copertura delle proprie reti e per un terzo alle emittenti locali che non dispongono di impianti in tecnologia digitale.

Tale programma sarà attuato da una Commissione di cinque esperti, tre indicati dall'Autorità e due dal Ministero delle comunicazioni.

Sempre in attuazione dell'atto di indirizzo, l'Autorità ha fornito il proprio supporto al Ministero delle comunicazioni durante la Conferenza regionale delle radiocomunicazioni (RRC06), organizzata dal Settore radiocomunicazioni dell'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni (UIT), che si è tenuta a Ginevra dal 15 maggio al 16 giugno del 2006, per trattare il tema della pianificazione del servizio di radiodiffusione terrestre digitale nelle bande di frequenze 174-230 MHz (per la radiodiffusione sonora e televisiva) e 470-862 MHz (per la radiodiffusione televisiva), nei Paesi della Regione 1, situati a ovest del meridiano 170°E e a nord del parallelo 40°S e nella repubblica islamica dell'Iran.

Lo stesso atto di indirizzo, individua una serie di attività finalizzate alla revisione e all'attuazione del piano nazionale di assegnazione delle frequenze e alla realizzazione di una razionale conversione del sistema radiotelevisivo dalla tecnica analogica a quella digitale.

Per quanto attiene alle azioni finalizzate alla revisione del piano di assegnazione delle frequenze e alla realizzazione di un piano di attuazione progressivo per aree geografiche, esse sono già in fase di studio e saranno sviluppate a completamento della prima fase del lavoro per l'implementazione del catasto nazionale delle frequenze, posto in essere con l'adozione della delibera n. 502/06/CONS che ha approvato il regolamento per l'istituzione della sezione speciale del Registro Operatori di Comunicazione (ROC), relativa alle infrastrutture di diffusione site sul territorio nazionale, così come previsto dall'articolo 1, comma 6, lettera a), punto 5 della legge n. 249/1997.

L'acquisizione dei dati radioelettrici degli impianti delle emittenti televisive e sonore, queste ultime solamente per quanto attiene alla radiodiffusione digitale (T-DAB), per la relativa iscrizione nell'apposita sezione del ROC, ha interessato circa 600 imprese esercenti l'attività radiotelevisiva per un numero complessivo di impianti radioelettrici gestiti pari a oltre 24.000.

Le conseguenti e necessarie attività di verifica hanno portato a constatare che, per circa 200 emittenti, i dati sono insufficienti, palesemente errati o non congruenti e si è, pertanto, proceduto al reperimento di ulteriori dati.

Inoltre, i dati acquisiti sono stati oggetto di un primo confronto con quelli in possesso del Ministero delle comunicazioni, in esito al quale è emerso un allineamento su più del 90% degli impianti totali, tra nazionali e locali. I riscontri sono tuttora in corso in ragione della natura dinamica di entrambi gli archivi i cui dati vengono aggiornati pressoché su base giornaliera da entrambe le amministrazioni. Ulteriori riscontri saranno effettuati anche attraverso la realizzazione di elaborazioni più sofisticate, condotte con opportuni strumenti di simulazione e finalizzate a evidenziare, in maniera puntuale, le situazioni di copertura dei singoli impianti di diffusione.

L'acquisizione dei dati amministrativi e tecnici, relativi all'istituzione della sezione speciale degli impianti, ha consentito, inoltre, la regolarizzazione delle posizioni di quelle emittenti che non avevano nel tempo provveduto alla relativa iscrizione al Registro degli operatori di Comunicazione (cfr. paragrafo 2.12).

Per quel che concerne gli aspetti strettamente tecnici, si è avviato un primo programma di verifiche tecniche sul territorio il cui proseguimento vedrà la collaborazione, oltre che della Polizia postale e delle comunicazioni (cfr. paragrafo 3.7), del Ministero delle comunicazioni.

Tali verifiche, al momento, hanno riguardato alcuni impianti dislocati in prossimità delle zone di confine nelle regioni Trentino Alto Adige, Veneto e Friuli Venezia Giulia e alcune zone lungo il versante Adriatico prospicienti alla Slovenia e alla Croazia.

Per la predisposizione del nuovo piano di assegnazione è, comunque, imprescindibile la conoscenza delle modalità di attuazione dell'accordo internazionale di Ginevra (RRC06) il quale, siglato dall'Italia a luglio 2006, necessita dell'avvio delle attività di coordinamento con gli Stati esteri da parte del Ministero delle comunicazioni, attività cui l'Autorità fornirà il proprio contributo.

### ***Gli interventi in materia di vigilanza aventi a oggetto il sistema unico di accesso condizionato nella televisione digitale***

Nel corso del periodo compreso tra il mese di maggio 2006 e aprile 2007, l'Autorità ha svolto un'intensa attività di vigilanza con riferimento all'accesso condizionato nella televisione satellitare, al fine di valutare gli effetti prodotti dall'adozione di un sistema unico di accesso condizionato sul mercato dei sistemi e dei prodotti.

Tale scelta, infatti, ha generato conseguenze sia sulle condizioni di accesso da parte degli utenti finali ai servizi televisivi digitali, sia sulle imprese operanti nel settore.

Anche a seguito di una segnalazione da parte della società Comex, produttore di *set top box*, l'Autorità ha monitorato il comportamento di Sky Italia e NDS Ltd per verificarne la conformità rispetto a quanto disposto dall'articolo 43, comma 1, del Codice delle comunicazioni elettroniche, ai sensi del quale "All'accesso condizionato ai servizi televisivi e radiofonici digitali trasmessi ai telespettatori e agli ascoltatori si applicano, a prescindere dai mezzi di trasmissione, le condizioni di cui all'allegato n. 2, parte I".

Tra le condizioni del citato allegato n. 2, vi è quella per cui "quando concedono licenze ai fabbricanti di apparecchiature di consumo, i titolari di diritti di proprietà industriale relativi ai sistemi e ai prodotti di accesso condizionato lo fanno a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie".

L'attenzione dell'Autorità si è, quindi, rivolta all'analisi dell'equità, della ragionevolezza e non discriminazione delle condizioni poste da NDS Ltd ai produttori che avessero fatto richiesta della licenza del sistema di accesso condizionato *Videoguard* così come personalizzato per Sky Italia.

In quest'ottica, l'Autorità ha ritenuto che l'obbligo di legge esige, per la sua attuazione effettiva, che le condizioni da soddisfare siano rese conoscibili *ex ante* nella loro interezza e, quindi, verificabili, onde consentire sia la loro valutazione da parte del soggetto preposto alla verifica della equità, ragionevolezza e non discriminazione, sia la possibilità di un adeguamento a esse da parte dei potenziali fabbricanti di prodotti di apparecchiature di consumo.

In esito al procedimento, sono state considerate insufficienti, per la loro non esaustività, le informazioni fornite dalle società NDS Ltd e Sky Italia circa le condizioni complessivamente poste per la concessione della licenza ai produttori indipendenti di *decoder*.

Con la delibera n. 62/07/CONS, l'Autorità ha pertanto imposto a Sky Italia e a NDS Ltd di comunicare tutte le condizioni, comprese quelle tecniche, di sicurezza e commerciali, richieste per la concessione della licenza.

Al tempo stesso, l'Autorità ha ritenuto che, in assenza di giustificati motivi relativi alla sicurezza delle transazioni, un'esclusione a priori della possibilità per un fabbricante di produrre, distribuire e mantenere, in maniera autonoma, *decoder* compatibili con il sistema di accesso condizionato utilizzato da Sky Italia non appare compatibile con il disposto di cui all'articolo 43, comma 1, del Codice delle comunicazioni elettroniche, in forza del quale i titolari di diritti di proprietà industriale relativi ai sistemi e ai prodotti di accesso condizionato debbono porre condizioni ragionevoli, eque e non discriminatorie quando concedono licenze ai fabbricanti di apparecchiature di consumo.

### ***Il Comitato Nazionale Italia Digitale***

L'Autorità partecipa alle attività svolte nell'ambito del Comitato Nazionale Italia Digitale (CNID), costituito con decreto dal Ministro delle comunicazioni nell'agosto 2006, con il compito di definire e coordinare le attività necessarie alla realizzazione dello *switch off* nazionale per la transizione al digitale terrestre.

L'Autorità è coinvolta, nei lavori realizzati dal suddetto Comitato, insieme con i rappresentanti del Ministero delle comunicazioni, dell'Associazione per la televisione digitale terrestre (ADGTVi), della Conferenza Unificata (di cui in parte da Anci, Upi, Uncem), delle società titolari di emittenti televisive private nazionali, delle associazioni delle emittenti locali maggiormente rappresentative, degli operatori via cavo e su piattaforma satellitare, degli editori nazionali che abbiano avviato trasmissioni digitali, nonché del Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti e delle due Regioni cosiddette *all digital* quali Sardegna e Valle d'Aosta.

La struttura del Comitato prevede un gruppo di coordinamento e si avvale del supporto specialistico di un gruppo tecnico, co-presieduto da un rappresentante dell'Autorità e da un rappresentante dell'ADGTVi.

L'Autorità ha partecipato alle attività svolte dal gruppo tecnico nell'ambito delle seguenti tematiche:

- i. comunicazione;
- ii. dati e ricerche;
- iii. assistenza clienti;
- iv. monitoraggio sviluppo reti;
- v. monitoraggio evoluzione *set top box*;
- vi. regolamentazione;
- vii. normativa e programma nelle aree *all digital*;
- viii. contenuti della televisione digitale terrestre.

Sin dall'inizio le attività del Comitato hanno riguardato la costruzione di un percorso per l'approdo alla televisione digitale, concentrandosi in particolare sullo *switch off* anticipato delle due regioni Sardegna e Valle d'Aosta, come definito nei relativi protocolli di intesa tra il Ministero e tali due Regioni autonome.

Il primo *switch off* è avvenuto positivamente il 1° marzo 2007 in Sardegna, a Cagliari (cfr. pagina 70). Infatti, in tale data, le emittenti Rai 2, Rete 4 e QOOB (di Telecom Italia Media) hanno spento le trasmissioni analogiche e hanno iniziato a trasmettere in tecnica digitale.

Successivamente, a metà aprile del 2007, è stato eseguito il secondo *switch off* relativo alle trasmissioni di tali emittenti in Valle d'Aosta. In entrambi i casi, il processo di digitalizzazione è stato supportato dalla presenza di un sito internet e dall'attività svolta da un *call center*, che hanno permesso agli utenti di ottenere tutte le informazioni relative all'installazione del nuovo sistema e alle modalità inerenti all'accesso ai contributi statali per l'acquisto del *decoder*.

Le attività del Comitato riguarderanno anche l'individuazione delle successive aree che dovranno diventare *all digital* e, nello specifico, le modalità regolamentari e tecniche per il passaggio alla tecnologia digitale.

### ***Il servizio pubblico radiotelevisivo***

Il quadro normativo, delineato dalla legge 3 maggio 2004, n. 112 e dal decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (testo unico della radiotelevisione), prevede importanti novità in materia di servizio pubblico radiotelevisivo.

Prima di tale innovazione, i contenuti del servizio pubblico erano individuati in modo statico dalla Convenzione Stato-Rai del 28 marzo 1994, accessiva alla concessione Rai, mentre nell'attuale sistema, seppure i contenuti minimi siano puntualmente definiti dalle citate norme, il servizio pubblico diviene un concetto dinamico inserito nella cornice delineata dalla legge. Il legislatore, infatti, ha ritenuto opportuno che venissero fissati ulteriori obblighi di servizio pubblico in relazione allo sviluppo dei mercati, al progresso tecnologico e alle mutate esigenze culturali, nazionali e locali, demandando all'Autorità il compito di adottare delle linee guida in tal senso.

La necessità di fissare per legge, direttamente e indirettamente, i contenuti del servizio pubblico radiotelevisivo discende dall'esigenza di mantenere la coesione sociale, di sostenere e difendere la cultura nazionale e le diversità culturali, di contenere i fenomeni di emarginazione dovuti al *digital divide*.

L'ampliamento della missione del servizio pubblico radiotelevisivo nella società dell'informazione, conseguente all'apertura di nuovi settori comunicativi dovuta allo sviluppo del digitale, inoltre, è stato raccomandato dal Comitato dei Ministri del Consiglio d'Europa in data 31 gennaio 2007 (rec 2007/3).

D'altra parte, le norme e la giurisprudenza comunitaria in materia, tra le quali è opportuno citare il Protocollo di Amsterdam, sanciscono alcuni principi cardine, per i quali il servizio pubblico radiotelevisivo è collegato direttamente alle esigenze democratiche, sociali e culturali della società, nonché a quella di preservare il pluralismo dei mezzi di comunicazione. Tali esigenze, tuttavia, debbono rispondere al principio di proporzionalità secondo il quale il finanziamento del servizio pubblico può essere accordato solo ai fini dell'adempimento dei relativi obblighi e purché tale finanziamento non perturbi le dinamiche concorrenziali e di mercato. Da ciò discende la necessità che la definizione dei compiti e delle funzioni del servizio pubblico radiotelevisivo sia precisa e fissata da ciascun paese membro e che le emittenti di servizio pubblico tengano una contabilità separata, al fine di determinare i limiti del finanziamento. Non meno importante è l'aspetto relativo alla vigilanza sull'effettivo svolgimento dei compiti di servizio pubblico che deve essere esercitata da un'Autorità o da un organismo indipendente rispetto all'impresa incaricata dell'erogazione del servizio pubblico.

Il compito di vigilare sull'adempimento degli obblighi di servizio pubblico, secondo le indicazioni della normativa comunitaria, è stato affidato dalla legislazione nazionale all'Autorità, ferma restando la competenza del Ministero delle comunicazioni circa il corretto adempimento del contratto e della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi riguardo all'attuazione delle finalità del servizio pubblico.

In questo quadro, si inseriscono le linee guida relative al contratto di servizio per il triennio dal 2007 al 2009, emanate ai sensi dell'articolo 45, comma 4, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, con delibera n. 540/06/CONS, dall'Autorità d'intesa con il Ministero delle comunicazioni, tenendo in considerazione l'esito delle audizioni con le categorie del settore e della consultazione pubblica, alla quale hanno preso parte tutti i soggetti interessati.

Con tale provvedimento, l'Autorità ha individuato nella qualità dell'offerta il fine strategico della missione del servizio pubblico, stabilendo che la programmazione delle diverse tipologie di programmi quali informazione, educazione e formazione, promozione culturale e comunicazione sociale, sia equilibrata in tutte le reti e in tutte le fasce orarie, comprese quelle di maggior ascolto.

Per valutare la qualità dell'offerta, è stato previsto un sistema che, avvalendosi di indicatori basati su criteri oggettivi di programmazione e sulla rilevazione di indici di soddisfazione degli utenti, misuri la qualità dei programmi trasmessi dalla Rai, così come essa viene percepita dai telespettatori. E' stato previsto, inoltre, che un organismo esterno alla Rai, composto da esperti qualificati, scelti dall'Autorità e dal Ministero delle comunicazioni, controlli tale sistema e che i risultati delle misure sulla qualità siano pubblicati sistematicamente.

Le tipologie di programmi rientranti nell'ambito del servizio pubblico sono state individuate nelle linee guida in: informazione, comunicazione sociale, educazione e formazione, promozione culturale italiana ed europea, trasmissioni per i minori. Le linee guida affidano al contratto di servizio il compito di riferire i singoli generi di trasmissione di servizio pubblico alle tipologie di programmi individuate nel provvedimento, raccomandando che i generi siano definiti in maniera chiara e dettagliata e che sia evitata la commistione tra diverse tipologie.

E' previsto, anche ai fini della contabilità separata, che sia distinta la programmazione di servizio pubblico da quella commerciale, quest'ultima rimessa alla libertà editoriale dell'azienda, restando comunque assoggettata ai limiti ideologici e morali stabiliti dalla legge.

Il richiamo al rispetto rigoroso degli orari di trasmissione, contenuto nel provvedimento, sancisce un principio di carattere generale e risponde alle esigenze più volte manifestate dalle Associazioni dei consumatori.

Per quanto riguarda i minori, le linee guida contengono un richiamo nei confronti della Rai a rispettare le disposizioni stabilite dal Codice di regolamentazione TV e minori e le raccomandazioni e le decisioni del Comitato di applicazione di detto Codice. Sempre in quest'ambito, è previsto che la Rai adotti, previa consultazione con l'Autorità e il suddetto Comitato, un sistema di segnalazione visiva dei programmi, che distingua quelli adatti ai minori, alla visione familiare e quelli adatti a un pubblico adulto.

Relativamente alla tematica inerente alla ricezione della programmazione radio-televisiva da parte di cittadini con disabilità sensoriali, l'Autorità ha inteso farsi carico del problema invitando la Rai ad adottare idonee misure per incrementare, in termini sia quantitativi, sia qualitativi, le trasmissioni di informazione, culturali e di approfondimento, nelle diverse fasce orarie, fruibili da parte di tali utenti, nonché a promuovere la ricerca tecnologica per favorire l'accesso all'offerta multimediale alle persone diversamente abili o con ridotte capacità sensoriali.

Sempre in tema di accesso all'offerta radiotelevisiva del servizio pubblico, interpretando l'esigenza di molti cittadini che, per la conformazione orografica del nostro Paese, non ricevono il segnale televisivo diffuso su reti analogiche terrestri, l'Autorità ha inteso assicurare a tutti coloro che risultano in regola con il pagamento del canone di abbonamento, l'accesso all'intera programmazione Rai diffusa sulle reti analogiche, prevedendo l'obbligo per la concessionaria per il servizio pubblico di rendere disponibili in forma non criptata, via satellite o cavo, le trasmissioni diffuse sulle reti analogiche. Le modalità tecniche di realizzazione sono demandate al contratto di servizio.

Riguardo all'innovazione tecnologica, le linee guida prevedono che la Rai contribuisca in modo rilevante alla diffusione delle nuove tecnologie (digitale terrestre televisivo e radiofonico, larga banda ecc.), sviluppando anche ulteriori contenuti per la televisione digitale terrestre.

Le linee guida, infine, invitano la Rai ad adottare criteri tecnici ed economici di gestione tali da consentire il raggiungimento di obiettivi di efficienza aziendale e di razionalizzazione dell'assetto organizzativo.

### ***Il sistema di contabilità separata del servizio pubblico radiotelevisivo***

L'Autorità, con delibera n. 541/06/CONS recante: "Modifiche dello schema di contabilità separata della Rai ai sensi dell'articolo 1, comma 6, della delibera 186/05/CONS", ha utilizzato la facoltà di adottare, in contraddittorio con la Rai, modifiche o integrazioni allo schema di contabilità separata della concessionaria per il servizio pubblico.

Nel merito, è stata ravvisata l'opportunità di adottare una modifica alla sequenza scalare dei conti economici degli aggregati regolatori utilizzati per l'anno 2004. Tale modifica, formale ed espositiva, non muta i risultati della contabilità separata, ma risulta utile poiché evidenzia con maggiore immediatezza le informazioni rilevanti ai sensi del quadro normativo vigente.

La prima modifica adottata riguarda i saldi degli aggregati regolatori. Lo schema approvato con la delibera n. 182/05/CONS, prevede un primo margine che include i costi e i ricavi dell'attività di servizio pubblico, nonché il valore del vincolo di affollamento pubblicitario previsto dalla delibera n. 102/05/CONS.

Sul piano normativo tale margine è dunque la risultante dell'applicazione congiunta delle disposizioni del legislatore e di quelle dell'Autorità. Si è ritenuto, a seguito della fase di *test*, che possa essere maggiormente utile scindere il piano dell'applicazione delle disposizioni normative da quello inerente all'applicazione delle disposizioni regolamentari.

Tale orientamento, tradotto in termini contabili, vuol dire calcolare un primo margine dove si riporta la differenza fra i costi del servizio pubblico e i ricavi da canone, in conformità a quanto disposto dall'articolo 47, comma 1, del testo unico della radiotelevisione. Tale saldo serve altresì a vigilare sul divieto di utilizzo della risorsa relativa al canone per finalità diverse dalla missione di servizio pubblico (articolo 47, comma 4, del testo unico). Un secondo margine, serve a valorizzare i risultati dei singoli aggregati regolatori, in conformità alle disposizioni dell'articolo 1, comma 4, della delibera n. 102/05/CONS e, in particolare, tale margine include il valore della pubblicità.

Poiché il valore della pubblicità è dato, sia dai ricavi pubblicitari effettivamente conseguiti, sia dall'onere figurativo costituito dal vincolo di affollamento, per ragioni di trasparenza l'Autorità ha ritenuto utile dare separata evidenza alle voci che vanno a comporre tale valore. La Rai ha acconsentito a prevedere l'obbligatorietà (in calce ai conti economici regolamentari) di una apposita tabella che ricostruisca tale dato, dettagliando la pubblicità di specifica pertinenza dei singoli aggregati, nonché l'entità del vincolo di affollamento.

La seconda modifica allo schema di contabilità deriva da una proposta della società di revisione Deloitte & Touche S.p.A. che ha richiesto dei chiarimenti interpretativi

circa la valorizzazione delle poste non contabili<sup>1</sup> e, in particolare, sulla modalità di calcolo del vincolo di affollamento pubblicitario.

La Deloitte & Touche S.p.A ha precisato che il mandato del revisore indipendente si esaurisce nella verifica della corretta applicazione delle metodologie scelte da soggetti terzi (Rai e Autorità) e non viene, pertanto, espressa da parte del revisore una valutazione di merito circa le scelte e i criteri metodologici adottati.

La società dunque ha richiesto all'Autorità e alla Rai una nota metodologica che declinasse in modo analitico la modalità di calcolo dell'onere figurativo.

La Rai, recependo tali osservazioni, ha redatto in contraddittorio con l'Autorità, una nota metodologica che sviluppa i singoli passaggi logico-matematici impiegati per il calcolo del vincolo di affollamento pubblicitario.

La nota metodologica è stata approvata dall'Autorità nell'ambito della delibera n. 541/06/CONS, diventando così parte integrante dello schema di contabilità separata della concessionaria per il servizio pubblico radiotelevisivo.

### ***Gli obblighi di programmazione dei concessionari***

Si possono riassumere quattro categorie di obblighi di programmazione rilevanti ai fini dell'attività sanzionatoria svolta dall'Autorità su segnalazione:

- i. tenuta del registro;
- ii. conservazione delle registrazioni;
- iii. interconnessione;
- iv. durata della programmazione.

In tale ambito, l'Autorità ha adottato 7 provvedimenti di ordinanza ingiunzione, a seguito dell'inottemperanza a diffida, di cui 6 relativi alla tenuta del registro - rispettivamente relative a: "Radio Incontro" delibera n. 87/06/CSP (sanzione pari a euro 2.064); "Radio Fax" delibera n. 135/06/CSP (sanzione pari a euro 2.064); "R.A.I.B.I." delibera n. 136/06/CSP (sanzione pari a euro 2.064); "Canale 31" delibera n. 29/07/CSP (sanzione pari a euro 2.064); "L.I.R.A. TV" delibera n. 30/07/CSP (sanzione pari a euro 516); "Cam Tele 3" delibera n. 45/07/CSP (sanzione pari a euro 1.032); e 1 alla conservazione delle registrazioni relativa a: "Cam Tele 3" delibera n. 46/07/CSP (sanzione pari a euro 1.032).

Sono stati adottati 12 provvedimenti di archiviazione in materia di tenuta del registro e conservazione delle registrazioni, di cui 8 preceduti da provvedimenti di diffida. Inoltre, sono stati emanati 4 provvedimenti di diffida, ai sensi dell'articolo 51, comma 2, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177, nel corso del procedimento sanzionatorio non ancora conclusosi con provvedimento di archiviazione od ordinanza ingiunzione.

Inoltre, 12 procedimenti sono stati avviati con contestazione in relazione alla violazione degli articoli 20, comma 4, e 20, comma 5, della legge 6 agosto 1990, n. 223, sugli obblighi di tenuta del registro dei programmi e di conservazione della registrazione dei programmi.

---

<sup>1</sup> Date da quei valori non presenti nella contabilità tenuta a fini civilistici, ma richieste espressamente dalla delibere dell'Autorità nell'ambito dello schema di contabilità separata.

### ***Violazione delle norme contenute nel regolamento per il rilascio delle concessioni per la radiodiffusione televisiva privata su frequenze terrestri***

Ai sensi dell'articolo 15 del regolamento in merito al rilascio delle concessioni per la radiodiffusione televisiva privata su frequenze terrestri, approvato con la delibera n. 78/1998, salvo che il fatto costituisca reato, in caso di inosservanza delle norme dettate dal suddetto regolamento, ivi inclusi gli impegni assunti con la domanda di concessione sulla base del disciplinare, l'Autorità procede disponendo gli opportuni accertamenti e contestando gli addebiti agli interessati con assegnazione a questi ultimi di un congruo termine per presentare le proprie giustificazioni. Decorso tale termine o quando le motivazioni addotte siano ritenute inadeguate, l'Autorità diffida gli interessati a cessare dal comportamento illegittimo entro un termine non superiore a quindici giorni.

Nella persistenza del comportamento oltre il termine indicato, ovvero nel caso di incompleta osservanza della diffida, l'Autorità irroga le sanzioni amministrative pecuniarie di cui all'articolo 1, comma 31, della legge n. 249/1997 e, nei casi di reiterazione o di particolare gravità, le sanzioni di cui al comma 32 dello stesso articolo. Nel periodo considerato, l'Autorità ha adottato in materia 2 provvedimenti.

In particolare, un procedimento ha riguardato il mancato versamento del canone di concessione e si è concluso con l'adozione di un provvedimento di archiviazione, delibera n. 715/06/CONS, per presunta violazione dell'articolo 13, comma 2, dell'allegato alla delibera n. 78/1998, nei confronti della società Promomedia S.r.l.. Inoltre, è stato adottato un provvedimento di archiviazione relativamente agli obblighi concernenti la trasmissione dei programmi, ai sensi dell'articolo 10, comma 1, delibera n. 78/1998, nei confronti della società D.V.B.T. S.r.l., emittente per la radiodiffusione televisiva in ambito locale "Teleperugia" (delibera n. 35/07/CSP).

### ***Altre tipologie di violazioni in materia di audiovisivo***

Relativamente all'attività svolta dall'Autorità nell'ambito delle violazioni della normativa in materia di audiovisivo, nel periodo di riferimento, è stato svolto il procedimento che ha riguardato la mancata comunicazione, da parte della Fondazione Ennio Valeri, esercente l'emittente per la radiodiffusione in ambito locale a carattere comunitario "Videoesse", nei termini e con le modalità prescritte, dei dati e delle notizie richiesti dall'Autorità, in ordine alla mancata presentazione della domanda di iscrizione al Registro degli Operatori di Comunicazione (ROC), per tutto l'anno 2004, come prescritto dall'articolo 2, comma 1, lettera a) della delibera n. 236/01/CONS, recante "Regolamento per l'organizzazione e la tenuta del Registro degli Operatori di Comunicazione" (articolo 1, comma 30, legge n. 249/1997).

Tale procedimento si è concluso con l'emanazione di un provvedimento di ordinanza-ingiunzione (delibera n. 327/06/CONS), che ha stabilito la comminazione di una sanzione pecuniaria pari a 1.500,00 euro.

Un ulteriore procedimento ha riguardato l'inottemperanza agli ordini e alle diffide dell'Autorità (articolo 1, comma 31, legge n. 249/1997) e ha portato all'adozione di un provvedimento sanzionatorio nei confronti della Rai, emittenti per la radiodiffusione televisiva in ambito nazionale Rai Uno e Rai Due, (delibera n. 166/06/CSP, euro

100.000) relativamente alla delibera n. 95/06/CSP in materia di *par condicio* riguardante, nello specifico, gli esposti de "La Rosa nel Pugno" nei confronti delle società Rai-Radiotelevisione Italiana S.p.A. (emittenti per la radiodiffusione televisiva in ambito nazionale Rai Uno e Rai Due) per la presunta violazione dell'articolo 5, della legge 22 febbraio 2000, n. 28 e dell'articolo 6 della deliberazione della Commissione parlamentare di vigilanza per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi del 22 marzo 2006 ("TG1" e "TG2") (cfr. paragrafo 2.18).

### **Obblighi di programmazione di opere europee e opere di produzione indipendente**

Nella relazione annuale dello scorso anno sono stati riportati i dati concernenti il rispetto degli obblighi di programmazione di opere europee e di opere di produttori indipendenti da parte delle emittenti nazionali italiane nel biennio dal 2003 al 2004, secondo quanto disposto, a livello europeo, dagli articoli 4<sup>2</sup> e 5<sup>3</sup> della direttiva 89/552/CEE del Consiglio del 3 ottobre 1989 (direttiva "TV senza frontiere") e, a livello nazionale, dall'articolo 2 della legge 30 aprile 1998, n. 122, ora confluito negli articoli 6 e 44 del testo unico della radiotelevisione.

Tali dati erano stati trasmessi dall'Autorità alla Commissione europea in ossequio alle previsioni dell'articolo 4, paragrafo 3, della direttiva "TV senza frontiere", che prevede che gli Stati membri trasmettano, ogni due anni, alla Commissione europea un rapporto sull'applicazione dei menzionati articoli.

Appare utile riassumere brevemente le osservazioni che la Commissione europea ha trasmesso al Consiglio UE in occasione del suo 5° rapporto sull'applicazione degli articoli 4 e 5: dopo aver rilevato che nel 2003 il mercato complessivo dell'UE-25, stimato in termini di entrate delle emittenti, ammontava a circa 64,5 miliardi di euro nel 2003 (rispetto a 62,2 miliardi di euro nel 2001, con un aumento del 3,7%)<sup>4</sup>, la Commissione nota che esistono differenze spesso significative tra gli Stati membri in merito alla natura e all'intensità dei controlli effettuati (controllo quotidiano della programmazione, relazioni statistiche, inchieste, campionatura o, in alcuni casi, solo stime) e mostra di favorire l'ipotesi in cui il controllo viene garantito da un'Autorità di regolamentazione indipendente, come accade in Italia.

La Commissione evidenzia anche il costante aumento del numero di canali televisivi in Europa, passati dai 584 del 2003 ai 767 del 2004. Nel periodo precedente, il numero di tali canali dichiarati era salito dai 472 del 2001 ai 503 del 2002, per un aumento

---

2 L'articolo 4, paragrafo 1, stabilisce che "gli Stati membri vigilano, ogni qualvolta sia possibile e ricorrendo ai mezzi appropriati, affinché le emittenti televisive riservino ad opere europee, ai sensi dell'articolo 6, la maggior parte del loro tempo di trasmissione, escluso il tempo dedicato a notiziari, manifestazioni sportive, giochi televisivi, pubblicità o servizi di teletext e televendite".

3 L'articolo 5 stabilisce che "gli Stati membri vigilano, ogni qualvolta sia possibile e ricorrendo ai mezzi appropriati, affinché le emittenti televisive riservino ad opere europee realizzate da produttori indipendenti dalle emittenti stesse il 10% almeno del loro tempo di trasmissione - escluso il tempo dedicato a notiziari, manifestazioni sportive, giochi televisivi, pubblicità, servizi di teletext o televendite - oppure, a scelta dello Stato membro, il 10% almeno del loro bilancio destinato alla programmazione."

4 Osservatorio europeo dell'audiovisivo, annuario 2005. Dal calcolo sono escluse alcune categorie di emittenti radiofoniche pubbliche e private.

complessivo del 61% in quattro anni (dal 2001 al 2004), dovuto principalmente all'allargamento dell'Unione europea avvenuto nel 2004: per la prima volta, infatti, sono inclusi i dieci Stati membri che hanno aderito all'Unione europea il 1° maggio 2004.

Per quanto riguarda l'applicazione dell'articolo 4, il tempo medio di trasmissione nella UE riservato alle opere europee da parte di tutti i canali dei vari Stati membri è stato pari al 65,18% nel 2003 e al 63,32% nel 2004, con una riduzione di 1,86 punti nel periodo di riferimento. Per quanto riguarda i risultati dei precedenti periodi, nell'UE-15 la proporzione media di opere europee era pari al 66,95% nel 2001 e al 66,10% nel 2002. I risultati riportati indicano che gli obiettivi della direttiva "TV senza frontiere" relativi alla trasmissione di opere europee sono largamente conseguiti a livello comunitario.

Con riferimento all'Italia, la percentuale di opere europee trasmesse dai canali nazionali nel 2003 è stata del 59,77% e, nel 2004, del 63,28%, quindi, in linea con le medie europee. In questo computo spicca la percentuale di opere europee programmate dal gruppo Rai (79% nel 2003 e 79,8% nel 2004), mentre quelle di RTI sono in linea con la media europea (60% nel 2003 e 59% nel 2004), come quelle del gruppo Telecom Media (64,2% nel 2003 e 73,3% nel 2004). Più basse invece le quote di Sky Italia (48,4 nel 2003 e 47,5 nel 2004).

Per quanto riguarda l'applicazione dell'articolo 5, viceversa, la Commissione denuncia la presenza di qualche problema: dopo aver rilevato che alcuni Stati membri non predispongono in maniera adeguata le loro comunicazioni<sup>5</sup>, essa nota che la tendenza a medio termine riguardo la programmazione di opere europee di produttori indipendenti<sup>6</sup> sembra essere negativa: la proporzione media nell'UE, riservata alle produzioni indipendenti trasmesse da tutti i canali disciplinati in tutti gli Stati membri, è stata pari al 31,39% nel 2003 e al 31,50% nel 2004, con un aumento di 0,11 punti percentuali nel periodo di riferimento. Rispetto ai periodi precedenti (37,51% nel 1999, 40,47% nel 2000, 37,75% nel 2001 e 34,03% nel 2002), però, si è registrata una significativa diminuzione di 6,25 punti percentuali in quattro anni (dal 2001 al 2004) e un'altrettanto significativa diminuzione (6,01 punti percentuali) nel corso di sei anni consecutivi dal 1999 al 2004.

Una nota a margine è stata dedicata all'Italia, per la quale la Commissione ha rilevato la sistematica esenzione dalla rilevazione statistica di tutti i canali satellitari e via cavo, che costituiscono circa il 50% di tutti i canali disciplinati dalla direttiva e soggetti alla giurisdizione italiana. Ciò derivava dall'applicazione della legge n. 122/1998 che limitava alle sole emittenti concessionarie il rispetto degli obblighi di programmazione sulle produzioni indipendenti, esentando, di conseguenza, tutti i soggetti che operano in regime di autorizzazione. La Commissione rileva comunque che, nel corso del 2005, grazie a quanto previsto dal testo unico della radiotelevisione, l'Italia ha adottato i necessari provvedimenti per conformare la situazione giuridica agli obblighi che le competono a norma dell'articolo 5 della direttiva "TV senza frontiere".

---

5 La Repubblica ceca non ha comunicato le proporzioni relative alle opere di produttori indipendenti e alle opere recenti per oltre il 50% dei canali disciplinati dall'articolo 5. La Francia e la Svezia non hanno comunicato dati su oltre il 20% dei canali disciplinati dall'articolo 5 e soggetti alla loro giurisdizione. Per quanto riguarda le opere recenti, la Lettonia non ha comunicato alcun dato, mentre la Danimarca ha trasmesso dati relativi a meno dei 2/3 dei canali disciplinati.

6 Nel senso indicato al considerando 31 della direttiva 97/36/CE del 30 giugno 1997, ove si stabilisce che (criteri non esaustivi): "... gli Stati membri, nel definire la nozione di "produttore indipendente", dovrebbero tener conto di criteri come la proprietà della società di produzione, l'entità dei programmi forniti alla stessa emittente e la proprietà dei diritti di sfruttamento secondari".

In ultimo, sulla scorta di quanto evidenziato dalla Commissione, giova ricordare che il suddetto articolo 5 della direttiva prevede una quota media comunitaria riservata alle opere europee recenti di produttori indipendenti<sup>7</sup>. A tal proposito, la Commissione segnala che, sempre a causa del recepimento della direttiva operato dalla legge n. 122/1998, l'Italia non rispetta l'obbligo *de quo*: l'articolo 2 di tale norma, infatti, (rifluito nell'articolo 44 del testo unico) ha parametrato l'obbligo di programmare una percentuale del 50% di opere recenti al tempo di programmazione di tutte le opere europee e non solo alle produzioni indipendenti, come invece prevede la direttiva "TV senza frontiere". Ottemperando al disposto della norma nazionale, l'Autorità ha potuto chiedere alle emittenti il solo dato relativo alla programmazione di opere europee recenti in generale e non quello (più specifico) delle opere recenti realizzate da produttori europei indipendenti. Nel suo rapporto al Consiglio, la Commissione non ha mancato di sottolineare, dunque, la necessità che l'Italia "conformi tale pratica di relazione all'articolo 5 della direttiva".

L'Autorità ha da poco concluso anche la verifica del rispetto degli obblighi di programmazione per l'anno 2005, le cui risultanze sono pubblicate nella tabella riportata di seguito. Per la prima volta, attraverso l'Informativa Economica di Sistema, si è in grado di pubblicare uno spaccato dettagliato dei palinsesti dei canali a diffusione nazionale, che include la quota della programmazione che ciascun canale (e ciascun gruppo di canali, individuato secondo l'articolo 2 del regolamento concernente la promozione della distribuzione e della produzione di opere europee<sup>8</sup> (di seguito regolamento quote) dedica a giochi televisivi e *talk show*, manifestazioni sportive, notiziari, pubblicità, sponsorizzazioni e televendite, documentari, film e *fiction*.

Grazie a tale grado di dettaglio è possibile, ad esempio, apprezzare l'apporto qualitativo offerto da alcune emittenti a diffusione satellitare (tra tutte il gruppo Sitcom, Canali Digitali e FOX International Channels Italy) che dedicano percentuali molto elevate alla trasmissione di documentari<sup>9</sup>. Le tendenze mostrate nel biennio 2003-2004 per quanto riguarda l'obbligo di programmare opere europee appaiono confermate: il gruppo Rai, ad esempio, ha dedicato il 79% della propria programmazione alle opere europee, a fronte del 60,8% di RTI e del 69,7% di Sky Italia, mentre alle opere recenti Rai ha dedicato il 72% del palinsesto, in linea con quanto dichiarato da RTI (71,5%).

Una percentuale ancora superiore è stata raggiunta da Sky Italia (88%) e da Telecom Media (97%). Alcuni elementi problematici vanno rilevati invece per quanto attiene all'obbligo di programmare opere di produttori indipendenti: le emittenti satellitari, infatti, non sembrano essersi ancora adeguate alla nuova previsione dell'articolo 6 del testo unico e non hanno comunicato i loro dati in merito alla programmazione di produzioni indipendenti.

<sup>7</sup> Vale a dire opere trasmesse entro cinque anni dalla loro produzione.

<sup>8</sup> Articolo 2, comma 4, del regolamento approvato con la delibera 9/99 dal Consiglio dell'Autorità: "Qualora più canali televisivi appartengano a o siano controllati da un unico soggetto, la quota di riserva a favore delle opere europee viene determinata sulla programmazione complessiva dei canali stessi, fatto salvo un limite minimo del 20 % per ciascuno di essi. La quota di riserva sulla programmazione complessiva di cui al presente comma deve essere calcolata come percentuale della somma delle ore di programmazione di opere europee trasmesse complessivamente dai canali rispetto alla somma delle ore totali di trasmissione dei canali stessi".

<sup>9</sup> Si ricorda infatti che, nelle linee guida per gli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo approvate con delibera n. 481/06/CONS, l'Autorità ha inserito i documentari tra le tipologie dei programmi (insieme alle opere teatrali e alle opere cinematografiche e musicali) maggiormente indicate per la promozione della cultura e lo sviluppo del senso critico del telespettatore.

**Tabella 2.16.** Programmazione televisiva per generi (2005 in %)

Società	Canale	Giochi televisivi e talk show	Manifestazioni sportive	Notiziari e servizi teletext	Pubblicità e sponsorizzazioni	Televendite	Ore di trasmissione assoggettabili agli obblighi di programmazione	Documentari	Film e fiction	Opere europee	Opere recenti	Produttori indipendenti
24 ORE TELEVISION S.P.A.	VENTIQUATTRORE.TV	37,4	0,0	0,0	4,8	0,0	57,9	28,7	0,0	50,5	100,0	100,0
AGENZIA SICILIANA INFORMAZIONE	SICILIA CHANNEL	17,7	0,1	6,9	1,7	0,0	73,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ALICE SPA	ALICE	0,0	0,0	0,0	2,7	0,0	97,3	53,4	0,0	100,0	100,0	0,0
LEONARDO SPA	LEONARDO	9,6	0,0	0,0	1,3	0,0	89,1	10,6	0,7	100,0	100,0	0,0
MARCOPOLO SPA	MARCOPOLO	1,8	0,0	0,0	2,3	0,0	95,9	98,2	0,0	100,0	97,4	0,0
NUVOLARI SPA	NUVOLARI	9,0	32,0	0,0	3,0	0,0	56,0	6,7	0,0	100,0	100,0	0,0
<b>TOTALE</b>		<b>5,1</b>	<b>8,0</b>	<b>0,0</b>	<b>2,3</b>	<b>0,0</b>	<b>84,6</b>	<b>42,2</b>	<b>0,2</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>
CANALE 9	CANALE 9	0,0	4,2	16,7	8,3	20,8	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
DI TELEOGGI												
CANALI DIGITALI SEASONS	JIMMY PLANET	0,0	0,0	0,0	2,8	0,0	97,2	1,2	14,3	34,0	73,7	13,7
	CACCIA E PESCA	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	99,5	74,2	0,0	85,0	81,3	14,6
<b>TOTALE</b>		<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>2,0</b>	<b>0,0</b>	<b>98,0</b>	<b>39,7</b>	<b>5,2</b>	<b>60,1</b>	<b>78,1</b>	<b>13,1</b>
CLASS CNBC SPA	CLASS CNBC	0,0	0,0	16,3	2,9	0,0	80,8	0,0	0,0	100,0	100,0	0,0
COSTANZA MAGNA SRL	GBR	18,1	0,0	49,5	3,0	17,6	11,7	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0
DELTA TV SRL	DELTA TV	0,0	0,0	3,1	3,0	73,4	20,5	14,1	0,0	0,0	0,0	0,0
EDITORIALE TV SRL	LA 8	4,2	0,6	4,2	4,2	33,3	53,6	0,0	0,0	90,0	94,7	45,0
	MAGIC	4,2	0,0	4,2	4,2	33,3	54,2	0,0	0,0	60,0	100,0	21,0
	SAT 8	4,2	0,6	4,2	4,2	33,3	53,6	0,0	0,0	90,0	4,9	45,0
<b>TOTALE</b>		<b>4,2</b>	<b>0,4</b>	<b>4,2</b>	<b>4,2</b>	<b>33,3</b>	<b>53,8</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>79,9</b>	<b>62,5</b>	<b>36,9</b>
EDIZIONI G.E.C. S.P.A.	RTC TELECALABRIA	6,7	6,7	13,3	20,0	0,0	53,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
EDIZIONI TAGLIAMONTE	NAPOLI NOVA	15,0	0,0	15,0	10,0	25,0	35,0	0,0	0,0	12,5	22,9	0,0
ELEMEDIA S.P.A.	DEEJAY TV	0,0	0,0	0,0	3,6	0,0	96,4	0,0	0,0	53,1	99,9	38,6
FOX INTERNATIONAL CHANNELS	A1	0,0	0,0	0,0	2,5	0,0	97,5	33,9	0,0	51,9	98,8	0,0
	CULT	0,0	0,0	0,0	3,3	0,0	96,7	7,7	3,6	87,4	60,6	0,0
	FOX	0,0	0,0	0,0	7,2	0,0	92,8	0,0	6,0	21,7	75,3	0,0
ITALY SRL	FOX CRIME	0,0	0,0	0,0	5,0	0,0	95,0	2,1	3,9	31,5	86,9	0,0
	FOXLIFE	0,0	0,0	0,0	7,4	0,0	92,6	0,1	3,9	42,8	91,8	0,0
	FOXLIFE (2ª .)	0,0	0,0	0,0	13,0	0,0	87,0	0,2	7,1	38,5	95,3	0,0
	NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL	0,0	0,0	0,0	3,8	0,0	96,2	38,9	0,0	54,6	96,9	0,0

Società	Canale	Giocchi televisivi e talk show	Manifestazioni sportive	Notiziari e servizi teletext	Pubblicità e sponsorizzazioni	Televendite	Ore di trasmissione assoggettabili agli obblighi di programmazione	Documentari	Film e fiction	Opere europee	Opere recenti	Produttori indipendenti
	NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL (2ª V.)	0,0	0,0	0,0	2,3	0,0	97,7	37,4	0,0	41,8	96,4	0,0
	NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL (3ª V.)	0,0	0,0	0,0	2,1	0,0	97,9	44,9	0,0	50,5	91,8	0,0
	NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL +1	0,0	0,0	0,0	3,8	0,0	96,2	38,9	0,0	54,6	96,9	0,0
	THE HISTORY CHANNEL	0,0	0,0	0,0	3,1	0,0	96,9	38,8	0,0	53,9	83,3	0,0
	THE HISTORY CHANNEL +1	0,0	0,0	0,0	3,1	0,0	96,9	38,8	0,0	53,9	83,4	0,0
<b>TOTALE</b>		<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>4,2</b>	<b>0,0</b>	<b>95,8</b>	<b>28,4</b>	<b>1,4</b>	<b>47,0</b>	<b>91,2</b>	<b>0,0</b>
ILDENAROTV SRL	DENAROTV	0,0	0,0	39,7	1,1	0,0	59,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
INFORMAZIONE												
LIBERA SRL	LIBERA	0,0	0,0	0,0	4,3	0,0	95,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ITALIANI NEL MONDO RADIO ETV SRL	ITALIANI NEL MONDO CHANNEL	0,0	0,0	36,1	41,7	10,4	11,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
JET S.R.L.	STUDIO 100 TV	0,0	2,4	22,3	22,4	12,3	40,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
LA 9 S.P.A.	LA 9	20,1	3,9	11,4	15,9	37,1	11,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
L'ANTENNA SRL	L'ANTENNA SRL	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
MATCH MUSIC SRL	MATCH MUSIC	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
MEDIOLANUM COMUNICAZIONE S.P.A.	MEDIOLANUM CHANNEL	2,6	0,0	5,9	4,6	0,0	87,0	0,0	0,0	100,0	100,0	0,0
MILAN CHANNEL S.R.L.	MILAN CHANNEL	35,9	30,0	3,5	1,0	0,0	29,6	0,0	0,0	50,0	100,0	0,0
LA7 TELEVISIONI SPA	LA7 TELEVISIONI S.P.A.	1,6	1,3	8,4	13,1	0,9	74,6	1,7	9,6	49,9	75,8	16,5
MTV ITALIA S.R.L.	MTV ITALIA	0,1	0,0	5,2	12,3	0,0	82,3	0,0	0,7	73,3	99,0	20,2
	MTV HITS	0,0	0,0	0,5	2,3	0,0	97,1	0,0	0,0	83,3	99,0	19,9
	MTV BRAND:NEW	0,0	0,0	0,5	2,0	0,0	97,5	0,0	0,0	79,0	98,5	24,8
	MTV BRAND:NEW	0,0	0,0	0,5	2,0	0,0	97,5	0,0	0,0	79,0	98,5	24,8
	MTV HITS	0,0	0,0	0,5	2,3	0,0	97,1	0,0	0,0	83,3	99,0	19,9
	MTV ITALIA	0,1	0,0	5,2	12,3	0,0	82,3	0,0	0,7	73,3	99,0	20,2
<b>TOTALE</b>		<b>0,3</b>	<b>0,2</b>	<b>3,0</b>	<b>6,6</b>	<b>0,1</b>	<b>92,3</b>	<b>0,2</b>	<b>1,6</b>	<b>75,4</b>	<b>97,0</b>	<b>21,1</b>

Società	Canale	Giocchi televisivi e talk show	Manifestazioni sportive	Notiziari e servizi teletext	Publicità e sponsorizzazioni	Televendite	Ore di trasmissione assoggettabili agli obblighi di programmazione	Documentari	Film e fiction	Opere europee	Opere recenti	Produttori indipendenti
NBC UNIVERSAL GLOBAL NETWORKS ITALIA S.R.L.	STUDIO UNIVERSAL	0,0	0,0	0,0	1,7	0,0	98,3	0,0	0,0	21,7	44,8	0,0
NESSUNOTV S.P.A.	LATV DI NESSUNO	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	99,6	0,0	0,0	90,9	100,0	0,0
NUOVA FRANCIA CORTA	RETE BRESCIA	0,8	16,7	44,5	5,3	25,2	7,4	0,0	0,0	69,2	68,4	21,9
	RTB INTERNATIONAL	1,6	17,5	47,4	3,9	21,6	8,0	0,0	0,0	79,0	69,8	23,9
<b>TOTALE</b>		<b>1,2</b>	<b>17,1</b>	<b>46,0</b>	<b>4,6</b>	<b>23,4</b>	<b>7,7</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>74,3</b>	<b>69,2</b>	<b>22,9</b>
R.T.I. S.P.A.	CANALE 5	2,7	0,2	15,6	16,7	0,0	62,2	0,2	11,5	71,1	91,4	12,3
	DUEL	0,0	0,0	0,0	2,8	0,9	96,2	0,0	11,7	29,7	47,5	12,6
	HAPPY CHANNEL	5,3	0,0	0,0	4,2	1,5	89,0	0,0	33,2	87,9	42,1	48,6
	IT ITALIAN TEEN TELEVISION	0,0	0,0	0,0	2,6	1,1	96,2	0,0	2,5	53,8	84,9	28,7
	ITALIA 1 MEDIA	0,2	2,6	8,6	15,3	0,0	70,4	0,0	9,0	37,7	71,1	10,3
	SHOPPING	0,0	0,0	3,3	1,7	95,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	MT CHANNEL	0,0	0,0	0,0	0,0	3,5	96,5	41,4	0,0	86,6	91,6	74,0
	RETEQUATTRO	1,4	0,3	8,0	14,6	3,5	72,2	0,4	15,2	57,4	65,5	14,8
<b>TOTALE</b>		<b>1,3</b>	<b>0,4</b>	<b>4,6</b>	<b>7,8</b>	<b>4,6</b>	<b>80,5</b>	<b>5,8</b>	<b>11,5</b>	<b>60,8</b>	<b>71,5</b>	<b>30,9</b>
RADIO ITALIA SPA	PLAYLIST ITALIA	0,0	0,0	1,4	10,8	0,0	87,9	0,0	0,0	113,8	0,0	0,0
	RADIO ITALIA TV	0,0	0,0	4,8	7,6	0,0	87,6	0,0	0,0	114,1	0,0	0,0
	VIDEO ITALIA SOLO MUSICA ITALIANA	0,0	0,0	1,4	10,8	0,0	87,9	0,0	0,0	113,8	0,0	0,0
<b>TOTALE</b>		<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>2,5</b>	<b>9,8</b>	<b>0,0</b>	<b>87,8</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>113,9</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
RAI	RAI UNO	13,6	0,7	16,2	8,3	0,0	61,3	0,3	13,9	76,4	68,9	25,7
RADIOTELEVISIONE ITALIANA SPA	RAI TRE	9,2	4,3	28,6	4,9	0,0	53,0	0,5	9,8	65,1	68,0	26,1
	RAI DUE	9,9	3,5	16,5	6,4	0,0	63,7	0,1	6,1	65,1	67,8	26,2
RAISAT	RAISAT CINEMA WORLD	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	68,6	42,4	0,0
	RAISAT EXTRA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	80,2	96,0	0,0
	RAISAT GAMBERO ROSSO	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	93,1	91,1	0,0
	RAISAT PREMIUM	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	92,5	56,5	0,0
	RAISAT RAGAZZI	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	77,5	76,9	0,0
<b>TOTALE</b>		<b>4,2</b>	<b>1,1</b>	<b>7,8</b>	<b>2,5</b>	<b>0,0</b>	<b>84,5</b>	<b>0,1</b>	<b>3,8</b>	<b>79,0</b>	<b>72,2</b>	<b>7,0</b>

Società	Canale	Giochi televisivi e talk show	Manifestazioni sportive	Notiziari e servizi teletext	Pubblicità e sponsorizzazioni	Televendite	Ore di trasmissione assoggettabili agli obblighi di programmazione	Documentari	Film e fiction	Opere europee	Opere recenti	Produttori indipendenti
RELIVE	KEYTV	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
RETE 7 SPA	E' TV RETE 7	11,8	10,4	18,4	9,0	31,2	19,2	0,3	0,9	0,0	0,0	0,0
RETE A SPA	RETE A	0,0	0,0	2,6	11,5	8,4	77,5	0,0	0,0	85,0	60,0	63,7
RETE BLU SPA	SAT 2000	23,0	0,0	5,0	10,0	0,0	62,0	15,7	17,8	54,0	54,0	31,7
	TELELAZIO											
	RETE BLU	23,0	0,4	5,9	20,8	3,6	46,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>TOTALE</b>		<b>23,0</b>	<b>0,2</b>	<b>5,4</b>	<b>15,4</b>	<b>1,8</b>	<b>54,2</b>	<b>7,8</b>	<b>8,9</b>	<b>30,9</b>	<b>54,0</b>	<b>18,1</b>
RETE ORO SRL	RETE ORO	1,2	0,0	5,3	2,5	35,4	55,7	0,0	2,2	3,0	0,0	0,0
ROCK TV SRL	ROCK TV	44,1	0,0	2,6	6,7	0,0	46,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
RTL 102,500	102.5 HIT											
HIT RADIO	CHANNEL	28,5	0,0	0,6	1,4	0,0	69,5	0,0	0,0	63,0	0,0	63,0
SAILING	SAILING											
CHANNEL SPA	CHANNEL	3,3	8,0	0,0	2,2	0,0	86,5	24,4	0,0	96,1	94,6	13,9
SARDEGNA TV SRL	SARDEGNA											
	UNO TV	0,9	0,0	35,4	8,3	31,2	24,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
SKY ITALIA	CALCIO SKY	0,0	58,4	0,1	2,8	0,0	38,7	0,0	0,0	99,9	0,0	0,0
	DIRETTA GOL	0,0	73,6	0,2	1,3	0,0	24,9	0,0	0,0	99,8	100,0	0,0
	SKY + SKY											
	112	0,0	0,5	0,0	1,3	0,0	98,2	2,4	1,7	92,4	98,3	0,5
	SKY 109 +											
	SKY VIVO	0,0	1,0	0,0	2,4	0,0	96,7	7,6	1,5	62,1	97,8	0,8
	SKY ASSIST	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	100,0	0,0
	SKY CINEMA 1	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0	98,0	0,0	29,6	43,8	98,8	6,4
	SKY											
	CINEMA 16:9	0,0	0,0	0,0	1,5	0,0	98,5	0,0	32,2	44,4	94,2	8,3
	SKY CINEMA 2	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0	98,0	0,0	29,6	43,9	98,8	6,4
	SKY CINEMA 3	0,0	0,0	0,0	1,8	0,0	98,2	0,0	27,7	42,4	90,3	7,5
	SKY CINEMA											
	AUTORE	0,0	0,0	0,0	1,8	0,0	98,2	0,5	41,8	55,5	83,9	15,9
	SKY CINEMA											
	CLASSICS	0,0	0,0	0,0	1,5	0,0	98,5	1,2	55,2	68,3	18,3	22,5
	SKY CINEMA											
	MAX	0,0	0,0	0,0	1,5	0,0	98,5	1,0	20,5	34,8	75,1	6,1
	SKY											
	METEO 24	0,0	0,0	0,0	2,5	0,0	97,5	0,0	0,0	99,9	100,0	0,0
	SKY ON AIR	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	100,0	0,0
	SKY											
	PRIMAFILA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	100,0	0,0
	SKY SPORT	0,0	76,5	0,0	2,4	0,0	21,0	0,0	0,0	97,1	100,0	0,0
	SKY SPORT 1	0,7	0,0	5,3	2,5	0,0	25,9	0,0	0,0	97,6	100,0	0,0
	SKY SPORT 2	0,0	66,4	0,0	2,1	0,0	30,8	0,0	0,0	75,7	100,0	0,0
	SKY SPORT 3	0,0	80,6	0,0	1,7	0,0	17,6	0,0	0,0	93,9	100,0	0,0
	SKY											
	SPORT EXTRA	0,0	91,0	0,0	0,0	0,0	9,0	0,0	0,0	90,0	100,0	0,0
	SKY TG 24	0,0	0,0	70,2	3,0	0,0	26,8	0,0	0,0	99,8	100,0	0,0
<b>TOTALE</b>		<b>0,0</b>	<b>12,8</b>	<b>4,5</b>	<b>1,7</b>	<b>0,0</b>	<b>77,1</b>	<b>0,414,2</b>	<b>69,7</b>	<b>88,2</b>	<b>5,6</b>	

Società	Canale	Giochi televisivi e talk show	Manifestazioni sportive	Notiziari e servizi teletext	Pubblicità e sponsorizzazioni	Televendite	Ore di trasmissione assoggettabili agli obblighi di programmazione	Documentari	Film e fiction	Opere europee	Opere recenti	Produttori indipendenti
SO.PRO.DI.ME.C. S.P.A.	TELELIBERA 63	0,5	1,3	4,2	19,1	63,3	11,8	0,0	2,4	0,0	0,0	0,0
STARLINE S.P.A.	STARSAT	44,0	15,9	15,9	1,9	22,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TELEGESTIONI WC SRL	TV7 LOMBARDIA	57,4	0,0	7,4	0,0	35,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TELELOMBARDIA SPA	TELELOMBARDIA	33,7	0,6	6,1	20,1	24,3	15,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TELERADIO-DIFFUSIONE BERGAMASCHE SRL	BERGAMO TV	7,1	1,8	9,6	6,3	26,1	49,1	1,0	8,1	0,0	0,0	0,0
TELESTUDIO MODENA SRL	STUDIO EUROPA	48,3	1,0	14,2	4,7	1,1	30,6	0,0	0,0	100,0	100,0	0,0
	TELESTUDIO MODENA	48,3	1,0	14,2	4,7	1,1	30,6	0,0	0,0	100,0	100,0	0,0
<b>TOTALE</b>		<b>48,3</b>	<b>1,0</b>	<b>14,2</b>	<b>4,7</b>	<b>1,1</b>	<b>30,6</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>
TRINITY BROADCASTING NETWORK EUROPE SRL	TBNE	0,0	0,0	5,1	2,3	0,0	92,6	0,0	0,0	39,5	100,0	0,0
VIDEO MEDITERRANEO SRL	TELETRE	0,0	8,3	39,5	6,2	0,0	46,1	13,9	0,0	0,0	0,0	0,0
	VIDEO MEDITERRANEO	7,1	7,1	29,6	6,6	16,4	33,2	17,3	4,7	3,6	0,0	0,0
<b>TOTALE</b>		<b>3,6</b>	<b>7,7</b>	<b>34,5</b>	<b>6,4</b>	<b>8,2</b>	<b>39,6</b>	<b>15,6</b>	<b>2,3</b>	<b>1,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
VIDEOFIRENZE S.R.L.	VIDEO-FIRENZE	6,3	6,3	12,5	16,7	16,7	41,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
VIDEOMEDIA SPA	VIDEOMEDIA SPA	2,2	2,3	15,8	19,2	10,6	49,9	1,4	5,9	0,0	0,0	0,0

Fonte: Informativa Economica di Sistema (IES)

Infine, si segnala che il numero di emittenti nazionali che nel 2006 ha chiesto la deroga agli obblighi di programmazione prevista dall'articolo 5 della delibera n. 9/1999 dell'Autorità (e ora recepita anche dall'articolo 44 del testo unico della radiotelevisione) è fortemente diminuito. Soltanto i canali della Sailing Channel S.p.A., infatti, hanno ottenuto una deroga (riguardante l'obbligo di investimento in opere filmiche) nel corso del periodo di riferimento.

### **Elenco dei produttori indipendenti**

Ai sensi dell'articolo 3, comma 3<sup>10</sup>, del regolamento concernente la promozione della distribuzione e della produzione di opere europee (di seguito regolamento quote) approvato con la delibera n. 9/1999 del 16 marzo 1999, l'Autorità ha stilato l'elenco dei Produttori indipendenti presenti in Italia nel 2006 (tabella 2.17).

In esso sono annoverati tutti i soggetti che hanno inviato, entro il mese di febbraio 2006, il modello "V- dichiarazione resa dai produttori indipendenti" dell'Informativa Economica di Sistema (IES) ai sensi dell'articolo 7 della delibera n. 129/02/CONS, dichiarando specificamente di non essere collegati a (o controllati da) soggetti destinatari di concessione, di licenza o di autorizzazione per la diffusione radiotelevisiva e di non aver destinato più del 90% della propria produzione a una sola emittente nel triennio precedente.

**Tabella 2.17.** Produttori indipendenti presenti in Italia

	<b>Denominazione Produttore Indipendente</b>	<b>Indirizzo</b>	<b>CAP</b>	<b>Città</b>
1	ALCHIMIATREVISO S.A.S.	Via Leonardo da Vinci 18	31048	San Biagio di Callalta (TV)
2	ASSOCIAZIONE CULTURALE GLI ALCUNI	Via Corti 12	31100	Treviso
3	ASSOCIAZIONE LAUREATI DEL POLITECNICO DI MILANO	Piazza Leonardo da Vinci 32	20133	Milano
4	BELOW THE LINE	Largo dei Fiorentini 1	00186	Roma
5	COMPAGNIA LEONE CINEMATOGRAFICA SRL	Via A. Gramsci 42/A	00197	Roma
6	DAUPHINE SRL	Via Piramide Cestia 1	00100	Roma
7	EGV EDIZIONI SRL	Via F.lli Cairoli 17	20035	Milano
8	EAGLE PICTURES S.P.A,	Via Marostica 1	20146	Milano
9	ELLETTI & COMPANY SRL	Largo dei Fiorentini 1	00186	Roma
10	ENDEMOL ITALIA S.p.A.	Via Monte Zebio 32	00195	Roma
11	FAILUTTI DAMIANO	Via Aquileia 6	34075	S. Canzian d'Isonzo (GO)
12	FELIX FILM SRL	Via F. Cavallotti 119	00152	Roma
13	FILM MASTER SRL	Via Marocco 18	00144	Roma
14	GABRIELE COASSIN PLURIMEDIA	Via Ragusa 12	31100	Treviso

<sup>10</sup> Articolo 3, comma 3, del regolamento quote: "L'Autorità, in base ai criteri di cui sopra e tenuto altresì conto delle dinamiche di mercato, provvederà a raccogliere le informazioni necessarie al fine della definizione di un elenco degli operatori di comunicazione in possesso dei requisiti richiesti. Detto elenco verrà aggiornato su base annua".

<b>Denominazione Produttore Indipendente</b>	<b>Indirizzo</b>	<b>CAP</b>	<b>Città</b>
15 GRUNDY PRODUCTIONS ITALY SPA	P.zza Mazzini 27	00195	Roma
16 H.C.S. HERAION CREATIVE SPACE SRL	Via dei Fiorentini 21	80100	Napoli
17 K EVENTS SRL	Via Marocco 18	00144	Roma
18 KAIROS SRL	Via U. Bombieri 92	00062	Bracciano (RM)
19 MAGNOLIA SRL	Largo Adua 1	24128	Bergamo
20 MEDIACOM SRL	Via A. Gramsci 42/A	00197	Roma
21 MILANOROMA S.R.L	Largo Adua 1	24128	Bergamo
22 MONDO TV SPA	Via Brenta 11	00198	Roma
23 MOVIE MOVIE VIDEOCINEMATOGRAFICA SNC	Via San Vitale 40/7	40125	Bologna
24 NEW VIDEO PROJECTS SAS	Via degli Scipioni 167	00100	Roma
25 PALOMAR SPA	Via S. Pellico 24	00100	Roma
26 PAYPERRMOON ITALIA SRL	Via dell'Ambrosiana 22	20100	Milano
27 PRODIGY SRL	Viale Rossini 7	00198	Roma
28 QUADRIO SRL	Via Quadrio 12	20154	Milano
29 RETE PUGLIA SCARL	Via Marconi 25	71046	S. Ferdi- nando di Puglia (FG)
30 SPORT COMMUNICATION SRL	Via Leopardi 2	37100	Verona
31 STRANEMANI SRL	Via Firenze 87/i	59100	Prato (PO)
32 VIDEOMEDIA ITALIA SRL	Via Bassini 39	20100	Milano

Fonte: Informativa Economica di Sistema (IES)

L'analisi sui dati pervenuti conferma quanto già rilevato in occasione della trasmissione degli elenchi per gli anni precedenti, ossia la sussistenza di un nucleo di produttori che effettua le proprie comunicazioni con costanza e che è stato stabilmente presente negli elenchi di produttori indipendenti stilati da quando è stata data attuazione all'articolo 3, comma 3, del regolamento quote. Attorno a questo nucleo, nel quale sono ricompresi molti tra i produttori indipendenti più attivi nel panorama televisivo italiano (tra gli altri Endemol<sup>11</sup>, Grundy Italia, Magnolia, Palomar e, più di recente, Film Master Television e Vega Entertainment), si alternano altri soggetti minori che producono un numero molto limitato di opere: circa il 70% dei produttori presenti nell'elenco 2006 (come è accaduto anche negli anni passati) dichiara di non aver prodotto opere nel corso dell'anno precedente o di averne prodotta solo una.

Al riguardo, l'Autorità ha ritenuto di dover inserire comunque tali soggetti nell'elenco, non sussistendo le condizioni per l'applicazione del requisito della destinazione del 90% della produzione a una stessa emittente nei casi in cui il soggetto abbia prodotto una sola opera o non ne abbia prodotto affatto.

<sup>11</sup> E' da ricordare che l'elenco è stilato sulla base dell'attività svolta dai produttori indipendenti nell'anno 2005 e che dunque l'inclusione di Endemol in esso non è messa in discussione dalla recente operazione societaria che l'ha interessata. L'Autorità sta valutando se permane in capo ad Endemol la qualifica di produttore indipendente.

L'esiguo numero di operatori che hanno chiesto di essere inclusi nell'elenco dei produttori indipendenti anche per l'anno in esame continua a evidenziare (come accaduto anche negli anni precedenti) lo scarso *appeal* dello strumento adottato dall'Autorità. Ciò è dovuto probabilmente al fatto che l'elenco non ha effetti costitutivi e che, quindi, non comporta immediati e tangibili benefici nei confronti dei produttori che vi sono inseriti. Al fine di stimolare la partecipazione degli operatori, dunque, l'Autorità ha provveduto a ricordare (nel corso di tutte le audizioni, convegni e incontri avuti negli ultimi mesi con i produttori audiovisivi) come la disponibilità di una base dati sulla produzione indipendente così ridotta abbia di fatto minato buona parte delle possibilità di effettuare controlli in merito al rispetto delle quote di riserva a favore dei produttori stessi.

Tale attività di "*raising awareness*", peraltro, sembrerebbe aver prodotto, sia pure in modo limitato, una prima inversione di tendenza, testimoniata dal fatto che il numero delle dichiarazioni presentate dagli operatori per l'inserimento nell'elenco dell'anno in corso è cresciuto del 30 per cento circa rispetto al 2006: da una prima analisi della documentazione pervenuta per l'elenco 2007, i "modelli V" della IES inviati risultano oltre 40, dei quali 38 appaiono compilati interamente e correttamente. Su questi 38 produttori, tuttavia, ben 7 hanno ommesso di dichiarare di non aver destinato più del 90% della propria produzione a una sola emittente nel triennio precedente. Il nuovo elenco sarà dunque pubblicato nel sito dell'Autorità, come di consueto, non appena conclusa la necessaria fase di verifica dei dati pervenuti.

### **Diritti residuali**

In attuazione del "considerato 31" della direttiva "TV Senza Frontiere"<sup>12</sup>, l'articolo 2, comma 4, della legge n. 122/1990 (oggi trasposta nell'articolo 44, comma 4, del testo unico), prevede che ai produttori indipendenti siano attribuite quote di *diritti residuali* derivanti dalla limitazione temporale dei diritti di utilizzazione televisiva acquisiti dagli operatori radiotelevisivi.

Già nel 2001, con la delibera n. 600/01/CSP, la Commissione servizi e prodotti aveva avviato una consultazione pubblica in merito ai criteri di attribuzione delle quote di diritti residuali, poi sfociata nel regolamento approvato con delibera n. 185/03/CSP. Il regolamento aveva introdotto una definizione di quote di diritti residuali ("il diritto attribuito ai produttori indipendenti trascorso il limite temporale di utilizzazione radiotelevisiva") e ne aveva regolamentato la disciplina stabilendo, tra l'altro, all'articolo 3, comma 2, che "Le quote di diritti residuali sono oggetto di libera negoziazione tra le parti e vengono attribuite ai produttori indipendenti in misura proporzionale alla effettiva partecipazione alle fasi di sviluppo e di realizzazione delle produzioni [...]". Nel caso di coproduzioni<sup>13</sup>, poi, l'articolo 3, comma 3, prevedeva che "[...] le quote di diritti residuali vengono trasferite ai produttori decorso il termine di cinque anni dalla consegna del prodotto, qualora non vi sia stata alcuna utilizzazione radiotelevisiva da parte dell'operatore radiotelevisivo, salvo che le parti stabiliscano un termine inferiore".

<sup>12</sup> "Considerando che gli Stati membri, nel definire la nozione di «produttore indipendente», dovrebbero tener conto di criteri come la proprietà della società di produzione, l'entità dei programmi forniti alla stessa emittente e la proprietà dei diritti di sfruttamento secondari".

<sup>13</sup> Le coproduzioni sono definite all'articolo 2, comma 3 del regolamento: "Per produzione audiovisiva in coproduzione si intendono le opere audiovisive co-prodotte dall'operatore radiotelevisivo e da un produttore indipendente alle quali quest'ultimo ha contribuito in misura non inferiore o al 20% del costo complessivo della fase di sviluppo dei progetti o al 10% del costo complessivo della fase di realizzazione".

A più di 3 anni dall'approvazione della citata delibera n. 185/03/CSP, il quadro tecnologico e competitivo del settore della produzione televisiva in Italia appare notevolmente mutato: il numero dei mezzi di distribuzione delle opere audiovisive è considerevolmente aumentato, a causa dell'introduzione, presso il pubblico, di piattaforme digitali quali la televisione digitale terrestre, satellitare e via cavo, nonché della diffusione di contenuti attraverso apparecchi telefonici mobili e la rete internet, e la titolarità dei diritti sulle opere e sui contenuti audiovisivi in genere ha acquistato ancor più importanza, tanto per la trasmissione del prodotto sulle nuove piattaforme, quanto per la sempre più frequente produzione di *sequel* e di *spin-off*.

Allo stesso tempo, le Associazioni di Produttori hanno sollecitato un intervento dell'Autorità, lamentando che le disposizioni del regolamento sui diritti residuali approvato con delibera n. 185/03/CSP sono di fatto disapplicate e che, facendo leva sul loro potere contrattuale e sull'interpretazione dell'articolo 3 del regolamento, le emittenti impongono ai Produttori termini contrattuali tali da sottrarre loro gran parte della titolarità dei diritti sulle opere prodotte a prescindere dal contributo del produttore e dalla piattaforma distributiva sulla quale le stesse emittenti svolgono la propria attività.

Anche in considerazione di quanto disposto dall'articolo 4 del regolamento<sup>14</sup>, dunque, l'Autorità ha avviato un'indagine conoscitiva volta all'acquisizione di ulteriori elementi cognitivi e finalizzata a una valutazione circa gli effetti che il mutato quadro tecnologico e competitivo ha prodotto tanto nel mercato della produzione e della titolarità dei diritti delle opere audiovisive, quanto nelle modalità di negoziazione dei diritti inerenti alle diverse piattaforme di distribuzione delle opere (cfr. paragrafo 2.3).

### **Le autorizzazioni satellitari**

L'attività di rilascio delle autorizzazioni satellitari è svolta ai sensi del regolamento approvato con la delibera n. 127/00/CONS del 1 marzo 2000, che ha disciplinato il rilascio dei titoli abilitativi alle emittenti che diffondono programmi televisivi via satellite in uno degli Stati firmatari della convenzione europea sulla televisione transfrontaliera siglata a Strasburgo il 5 maggio 1989, ratificata con la legge 5 ottobre 1991, n. 327.

Ai sensi dell'articolo 5, comma 1, della predetta disciplina, le autorizzazioni sono rilasciate per un periodo di sei anni e possono essere rinnovate. E' richiesta una domanda di autorizzazione per ciascun programma diffuso.

I dati attestanti il volume di attività espletato nell'arco temporale dal mese di maggio 2006 al mese di aprile 2007, con riguardo al rilascio o al rinnovo delle autorizzazioni alla diffusione via satellite dei programmi televisivi, sono riportati nella tabella 2.18.

**Tabella 2.18.** Volume di attività connesso al rilascio di autorizzazioni satellitari

Domande di autorizzazione/rinnovo	100
Autorizzazioni rilasciate	56
Autorizzazioni rinnovate	35
Provvedimenti in trattazione (alla data del 30 aprile 2007)	9

Fonte: elaborazioni Autorità

<sup>14</sup> Secondo il quale l'Autorità si riserva di rivedere i criteri del regolamento anche alla luce dell'evoluzione del contesto competitivo e del quadro normativo riguardo ai diversi settori di produzione.

I dati inerenti a ciascuna delle autorizzazioni rilasciate sono acquisiti in uno specifico data base, la cui puntuale gestione consente, con l'annotazione di ogni variazione intervenuta in capo ai soggetti interessati, l'aggiornamento delle singole posizioni e, più in generale, il compimento di un'azione di monitoraggio del settore. Le variazioni dei dati che si riscontrano con maggiore frequenza attengono, in via ordinaria, alla trasformazione dell'assetto societario delle società emittenti, alla modifica delle denominazioni dei programmi, ovvero al cambiamento del sistema tecnico di trasmissione.

Per un quadro di sintesi, nella tabella 2.19 sono riportati i dati relativi al numero complessivo di programmi e di soggetti autorizzati nel periodo dal 13 aprile 2000 al 30 aprile 2007.

**Tabella 2.19.** Programmi e soggetti autorizzati (dal 13 aprile 2000 al 30 aprile 2007)

Totale programmi autorizzati	284
Totale soggetti autorizzati	143

Fonte: elaborazioni Autorità

### ***I procedimenti in materia di autorizzazione ai trasferimenti di proprietà delle società radiotelevisive e le operazioni di concentrazione e intese nel Sistema Integrato delle Comunicazioni***

Con la delibera n. 646/06/CONS, il Consiglio ha approvato il regolamento che disciplina i procedimenti in materia di autorizzazione ai trasferimenti di proprietà delle società radiotelevisive, i procedimenti in materia di posizioni dominanti e l'attività di verifica delle operazioni di concentrazione e intese nel Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC).

L'intento è quello di disciplinare, mediante un unico regolamento, i summenzionati procedimenti in coordinamento procedurale con l'assetto normativo della legge 3 maggio 2004, n. 112 e delle disposizioni del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 (testo unico della radiotelevisione). L'applicazione delle nuove disposizioni regolamentari è stata avviata nei primi mesi dell'anno a seguito della stesura dei nuovi formulari.

Per quanto riguarda i procedimenti in materia di autorizzazione ai trasferimenti di proprietà delle società radiotelevisive al 30 aprile 2007, risultano essere state rilasciate 24 autorizzazioni, parte delle quali con le procedure previste dalla delibera n. 290/03/CONS, parte (segnatamente le più recenti) sulla stregua del principio *tempus regit actum*, con le procedure recate dalla delibera n. 646/06/CONS.

I provvedimenti di autorizzazione hanno riguardato società concessionarie televisive in ambito locale, società concessionarie radiofoniche in ambito, sia nazionale, sia locale, nonché società autorizzate per l'esercizio di emittenti televisive satellitari.

Sono stati, inoltre, avviati alcuni procedimenti intesi al rilascio dell'autorizzazione alla cessione di azienda televisiva ai sensi dell'articolo 11, comma 2, della delibera n. 78/1998. Il procedimento, che compete in parte al Ministero delle comunicazioni e in parte all'Autorità, si conclude con il consenso da parte del Ministero al subentro dell'istante-acquirente nel titolo concessorio, previa autorizzazione da parte dell'Autorità alla cessione dell'azienda televisiva a favore di quest'ultimo. Nel periodo di interesse, sono state deliberate positivamente 18 istanze di autorizzazione ai sensi della norma citata.

A partire dall'entrata in vigore del regolamento, il 5 gennaio 2007, le operazioni di concentrazione e le intese, coerentemente con quanto disposto dall'articolo 43, comma 1, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, sono comunicate all'Autorità attraverso gli appositi formulari predisposti e vengono verificate dagli Uffici sotto il profilo della loro compatibilità con i limiti a tutela del pluralismo disposti dall'articolo 43 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177.

Specificamente, gli impatti di ciascuna operazione notificata, vengono analizzati in relazione a tre profili.

In primo luogo viene verificato, per quanto rilevante, il rispetto di quanto disposto dall'articolo 43, commi 7 e 8, del testo unico, ovvero il divieto per uno stesso fornitore di contenuti, anche attraverso società qualificabili come controllate o collegate di essere titolare di autorizzazioni che consentano di diffondere più del 20% del totale dei programmi televisivi. In proposito, va osservato che, i limiti di cui al comma 7, saranno applicabili solo al momento della completa attuazione del piano nazionale di assegnazione delle frequenze radiofoniche e televisive in tecnica digitale mentre, nella fase transitoria, valgono le disposizioni dettate dal successivo comma 8, che stabiliscono un limite relativamente al solo numero di programmi televisivi irradiabili dallo stesso soggetto e stabiliscono le modalità di calcolo del suddetto 20%.

In secondo luogo, la verifica riguarda il rispetto dei commi 9 e 10 dell'articolo 43, ovvero il divieto, per i soggetti tenuti all'iscrizione nel Registro degli Operatori di Comunicazione (ROC) di conseguire né direttamente, né attraverso soggetti controllati o collegati, ricavi superiori al 20% dei ricavi complessivi del Sistema Integrato delle Comunicazioni.

Nel caso di imprese che, anche attraverso società controllate o collegate, conseguano ricavi nel settore delle comunicazioni elettroniche superiori al 40% dei ricavi complessivi di quel settore, si applica, invece, il successivo comma 11, che stabilisce il divieto di conseguire, nel Sistema Integrato delle Comunicazioni ricavi superiori al 10% dei ricavi complessivi.

A tale proposito si ricorda che, secondo la valutazione effettuata dall'Autorità nella delibera n. 341/06/CONS, i ricavi complessivi nel Sistema Integrato delle Comunicazioni per il 2005 sono stati pari a 22.144 milioni di euro, dato rispetto al quale viene verificato il rispetto dei limiti stabiliti dai citati commi 9, 10 e 11 dell'articolo 43 del testo unico della radiotelevisione.

Il terzo e ultimo profilo concerne la verifica del divieto, previsto dal comma 12 dell'articolo 43 del testo unico, per i soggetti che esercitano l'attività televisiva in ambito nazionale attraverso più di una rete, di acquisire, prima del 31 dicembre 2010, partecipazioni in imprese editrici di giornali quotidiani o di partecipare alla costituzione di nuove imprese editrici di giornali quotidiani. Il divieto si applica anche alle imprese controllate, controllanti o collegate ai sensi dell'articolo 2359 del Codice civile.

Secondo quanto previsto dal regolamento, le operazioni di concentrazione e le intese notificate vengono verificate nell'ambito di un'istruttoria preliminare che si conclude entro 60 giorni dal ricevimento della notifica o di eventuali integrazioni richieste e a valle della quale l'Autorità, ove ravvisi ragionevoli motivi per ipotizzare la sussistenza di una posizione vietata ai sensi dell'articolo 43 del testo unico, può avviare il procedimento volto ad accertare l'effettiva violazione dei principi di cui ai commi 7, 8, 9, 10, 11 e 12 dell'articolo 43 del testo unico e ad adottare i conseguenti provvedimenti.

### ***Il diritto d'autore***

L'articolo 11 della legge 18 agosto 2000, n. 248, ha introdotto nella legge 22 aprile 1941, n. 633 recante "Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio", l'articolo 182*bis*, assegnando all'Autorità e alla Società Italiana degli Autori ed Editori (SIAE), nell'ambito delle rispettive competenze, la vigilanza su una vastissima serie di attività, delle quali alcune già tipicamente oggetto di vigilanza istituzionale da parte dell'Autorità stessa, al fine di prevenire e accertare le violazioni in materia di diritto d'autore.

Le attività introdotte dalla normativa sopraccitata, sono quelle di controllo relative a presunte violazioni di normativa di settore in merito a:

- i. riproduzione e duplicazioni su supporto audiovisivo, fonografico e su qualsiasi altro supporto, nonché su impianti di utilizzazione in pubblico;
- ii. proiezione in sale cinematografiche di opere e registrazioni;
- iii. distribuzione, vendita, noleggio, emissione e utilizzazione, in qualsiasi forma, dei supporti di cui al punto primo;
- iv. centri di riproduzione pubblici o privati, i quali utilizzano nel proprio ambito o mettono a disposizione di terzi, anche gratuitamente, apparecchi per fotocopia, xerocopia o analogo sistema di riproduzione.

Il citato articolo 11, al comma 3, prevede la facoltà dell'Autorità di conferire funzioni ispettive ai propri funzionari, attribuendo in capo ai medesimi una serie di poteri.

Alla luce delle disposizioni sopra riportate è stato siglato, di recente, il 10 maggio 2007, tra l'Autorità e la SIAE, un accordo per pianificare e coordinare lo svolgimento delle attività in materia di prevenzione e accertamento delle violazioni della legge sul diritto d'autore e per approfondire congiuntamente le materie di comune interesse alla luce delle evoluzioni tecnologiche del settore.

L'intesa prevede la realizzazione di iniziative, studi e ricerche a tutto campo sulle più recenti forme di diffusione di contenuti culturali, con particolare riferimento ai servizi e contenuti audiovisivi. Un comitato permanente, composto da rappresentanti dei due organismi, pianificherà tali studi e ricerche, nonché attività di coordinamento ispettivo, verificandone periodicamente l'andamento.

L'obiettivo comune è quello di favorire l'innovazione, la fruizione dei contenuti sulle reti a banda larga e mobile, tutelando, al tempo stesso, l'ingegno e la proprietà intellettuale che sono una delle ricchezze fondamentali del paese nella prospettiva della società dell'informazione.

Infine, saranno costituiti gruppi comuni di ispettori per effettuare piani di indagini, nell'ottica di rafforzare la vigilanza su una vasta serie di attività che comportano l'utilizzazione di opere d'ingegno.

Nel corso del 2006, utilizzando i dati raccolti dall'Istituto di Informatica e Telematica del Consiglio nazionale delle ricerche di Pisa, le forze dell'ordine hanno effettuato numerose azioni inerenti alla repressione del fenomeno della pirateria fonografica e multimediale, provvedendo al sequestro di oltre due milioni di CD e DVD, arrestando 289 persone e denunciandone 1.104; sono state, inoltre, smantellate 25 centrali di masterizzazione. Le stime appaiono in leggera flessione rispetto al 2005 (519 arresti e 1189 denunce), segno dell'efficacia delle nuove tecniche di investigazione e repressione.

Sempre nel 2006 sono state emanate 92 sentenze concernenti reati di pirateria di opere d'ingegno, 72 delle quali con esito favorevole.

Nonostante il riconosciuto impegno delle forze dell'ordine, l'Italia rimane fra i paesi in cui la proprietà intellettuale dei prodotti non è sufficientemente tutelata e dove vi è un'elevata pirateria sia cosiddetta "fisica", sia sui contenuti veicolati su Internet.

L'annuale studio sulla pirateria del *software* – commissionato da BSA (*Business Software Alliance*) e realizzato anche nel 2006 da IDC<sup>15</sup> – mostra un tasso di illegalità stabile al 36% in Europa e in lieve calo (del 2%) nel nostro Paese che, finalmente dopo anni, mostra un andamento di segno concorde a quelli degli altri grandi mercati europei.

Riassumendo i dati dello studio IDC, il tasso di pirateria nell'Unione europea è calato di un punto percentuale, dal 37% al 36%, dal 2003 al 2005, ed è rimasto stabile con riferimento ai dati sull'anno 2006 (cui fa riferimento la ricerca).

Relativamente al mercato italiano, invece, la pirateria è cresciuta dal 49% del 2003 al 51% del 2006, registrando tuttavia una riduzione rispetto al picco del 53% dell'anno 2005. Molto resta ancora da fare, perché abbiamo pur sempre un 51% di *software* illegalmente utilizzato; cioè più di un programma su due, installati sui *personal computers*, è privo di regolare licenza.

L'articolo 19 della legge 18 agosto 2000, n. 248 prevede che presso la Presidenza del Consiglio dei ministri sia istituito il Comitato per la tutela della proprietà intellettuale.

Il Comitato è composto dal Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri avente delega, che lo presiede, e da quattro esperti di riconosciuta competenza di cui uno indicato dall'Autorità e uno dalla SIAE, nominati con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri. Gli esperti, il cui mandato è a titolo gratuito, restano in carica per due anni e possono essere confermati una sola volta.

Il Comitato è organo di consulenza tecnica e documentale della Presidenza del Consiglio dei ministri e, in tale veste, può elaborare proposte per rendere più efficace l'attività di contrasto delle attività illecite lesive della proprietà intellettuale.

La principale novità, nel quadro normativo del diritto d'autore, ha riguardato la proposta di direttiva, adottata il 26 aprile 2006 dalla Commissione europea, riguardante l'aspetto penale sulla lotta contro i reati di proprietà intellettuale in Europa. La proposta di direttiva considera illecito penale qualsiasi attacco deliberato al diritto di proprietà intellettuale commesso su scala commerciale, compresi il tentativo, la complicità e l'incitazione.

La proposta stabilisce sanzioni penali minime per chi commette le infrazioni: quattro anni di reclusione per infrazioni commesse nell'ambito di un'organizzazione criminale o che comporti un rischio grave per la salute o la sicurezza delle persone.

La sanzione pecuniaria comminata dovrà essere di almeno 100.000 euro, o di 300.000 euro se vi è collegamento con un'organizzazione criminale o rischio per la salute o la sicurezza delle persone. La proposta consente agli Stati membri di irrogare sanzioni più severe.

---

<sup>15</sup> Società leader mondiale nell'ambito delle ricerche, delle analisi, dei servizi di marketing e di consulenza per il mercato dell'ICT.

### ***Gli interventi in materia di diritto di rettifica***

L'articolo 4, comma 1, lett. e), del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (testo unico della radiotelevisione), garantisce l'esercizio del diritto di rettifica rispetto alle emittenti radiotelesive.

Nel periodo di riferimento, sono pervenute 12 richieste di esercizio di diritto di rettifica da parte di soggetti privati, procedibili ai sensi dell'articolo 32, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 sotto la rubrica "Telegiornali e giornali radio. Rettifica".

L'Autorità ha riscontrato, in un solo caso, la lesione degli interessi morali e materiali del richiedente, ordinando la trasmissione dell'apposita rettifica.

## **■ 2.9. La pubblicità**

Nel periodo di riferimento, l'Autorità ha continuato a realizzare il monitoraggio sulla pubblicità trasmessa dalle emittenti televisive, e a esercitare il potere sanzionatorio attribuitole dalla legge.

Relativamente all'ambito della pubblicità, l'Autorità effettua controlli sia di tipo quantitativo, sia qualitativo, in relazione, rispettivamente, agli affollamenti pubblicitari e all'analisi di alcuni contenuti mandati in onda.

In sintesi, le tematiche affrontate dall'Autorità in merito alla pubblicità possono così elencarsi:

- i. conteggio degli affollamenti pubblicitari televisivi;
- ii. posizionamento degli eventi pubblicitari televisivi;
- iii. garanzia per l'utenza dei contenuti pubblicitari;
- iv. investimenti in pubblicità da parte degli enti pubblici.

### ***La pubblicità televisiva e radiofonica***

Anche nel corso del 2006, l'attività di vigilanza, svolta dall'Autorità, sulla pubblicità trasmessa dalle emittenti televisive si è esplicata mediante il controllo della programmazione delle:

- i. concessionarie radiotelesive a diffusione nazionale:  
attuando un monitoraggio sistematico, effettuato sull'intera programmazione delle emittenti, attraverso la registrazione dei programmi e la successiva analisi e catalogazione dei diversi eventi pubblicitari trasmessi nel corso di ciascuna giornata televisiva;
- ii. emittenti locali, radiofoniche e televisive:  
non essendo possibile attuare un monitoraggio di natura sistematica data la numerosità di tali emittenti, che comporterebbe elevatissimi oneri per l'effettuazione del monitoraggio e vincoli di natura tecnica per l'impossibilità di effettuare la ricezione e la raccolta di tutti i segnali diffusi da una unica postazione di rilevazione, il monitoraggio viene effettuato a campione o su segnalazione di privati cittadini, associazioni, emittenti, ecc...

## iii. emittenti satellitari:

come per le emittenti locali si procede ad un monitoraggio a campionamento, soprattutto per vincoli di natura tecnica (ampia e differente gamma di apparati necessari per la ricezione: antenne e ricevitori, con differente codifica).

Lo stato dell'attività di vigilanza e sanzionatoria svolta nei confronti delle concessionarie radiotelevisive a diffusione nazionale, è riportato nella tabella 2.20, in considerazione dell'attuale classificazione delle infrazioni a seguito delle modifiche introdotte dalla normativa aggiornata nell'anno e avendo riferimento alle segnalazioni ricevute nel periodo compreso tra il mese di maggio 2006 e il mese di aprile 2007.

**Tabella 2.20.** Emittenti televisive nazionali, stato dell'attività di vigilanza e sanzionatoria nel settore della pubblicità televisiva

Classificazione delle infrazioni	Numero accertamenti	Emittente	Atto / Provvedimento
1. Affollamenti			
a) concessionaria pubblica	4	RAI 1 RAI 2 RAI 3	CONT/78/06/DICAM (in corso) CONT/79/06/DICAM (in corso) CONT/89/06/DICAM (in corso)
b) emittenti private	12	SKYCINEMA1 LA7 ITALIA1 RETE4 CANALE5 ALL MUSIC	CONT/19/07/DICAM (in corso) CONT/20/07/DICAM (in corso) DEL. 154/06/CSP (diffida) DEL. 155/06/CSP (diffida) DEL. 156/06/CSP (diffida) DEL. 40/07/CSP (diffida)
c) affollamenti per televendite	1	SPORTITALIA	CONT/22/07/DICAM (in corso)
2. Interruzioni di partite sportive per trasmissione di spot isolati	0		
3. Interruzione di opere musicali, teatrali e audiovisive	123	ITALIA1 RETE4 ITALIA1 CANALE5 ALL MUSIC MTV	DEL. 106/06/CSP (€ 65.000,00) DEL. 169/06/CSP (€ 435.000,00) DEL. 170/06/CSP (€ 190.000,00) DEL. 159/06/CSP (diffida) DEL. 39/07/CSP (diffida) DEL. 43/07/CSP (archiviazione)
4. Distanza tra interruzioni successive	8	SPORTITALIA LA7 RAI3 MTV ALL MUSIC CANALE5	DEL. 149/06/CSP (archiviazione) DEL. 150/06/CSP (archiviazione) DEL. 41/07/CSP (diffida) DEL. 42/07/CSP (diffida) DEL. 44/07/CSP (archiviazione) CONT. 21/07/DICAM (in corso)
5. Interruzione di programmi inferiori a 30 minuti	4	SPORTITALIA CANALE5 RAI3 SPORTITALIA	DEL. 141/06/CSP (€ 20.000,00) DEL. 142/06/CSP (€ 15.000,00) DEL. 151/06/CSP (archiviazione) CONT/81/06/DICAM (in corso)
6. Personaggi di cartoni animati utilizzati in spot pubblicitari adiacenti ai cartoni stessi	5	RAI2 ITALIA1	DEL. 168/06/CSP (diffida) DEL. 171/06/CSP (diffida)
7. Presentazione di televendite da parte del conduttore del programma nello stesso contesto scenico.	0		
8. Riconoscibilità del messaggio pubblicitario	5	CANALE5 ALL MUSIC ITALIA1 RAI2 RAI1	DEL. 89/06/CSP (diffida) DEL. 36/07/CSP (diffida) DEL. 51/07/CSP (diffida) DEL. 52/07/CSP (diffida) CONT/48/07/DICAM (in corso)
<b>TOTALE</b>	<b>162</b>		

Fonte: elaborazioni Autorità

Per quanto invece concerne le emittenti radiofoniche e televisive in ambito locale, con riferimento alle tipologie di violazioni riportate in tabella, a fronte di 13 procedimenti avviati nel periodo in esame, ne è stato concluso 1 con diffida (delibera n. 1/07/CSP Canale Italia); inoltre, sono stati adottati 2 provvedimenti di archiviazione (delibera n. 152/06/CSP Radio Centro; delibera n. 153/06/CSP Radio Fantastica) relativi a procedimenti conclusi con diffida adottati precedentemente al periodo di riferimento.

In aggiunta a tali risultati, sempre con riferimento alle emittenti locali, nel secondo semestre dell'anno di attività considerato nella presente relazione, in seguito alla revoca delle ordinanze di sospensione dell'efficacia delle impugnate sentenze del giudice amministrativo di primo grado che avevano sancito la legittimità dell'articolo 5ter del regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite (adottato con delibera n. 538/01/CSP) – inserito con la delibera n. 34/05/CSP -, con il quale è stata introdotta una regolamentazione oraria della messa in onda di programmi di televendita, pubblicità e telepromozioni di servizi di astrologia, cartomanzia e pronostici, gli Uffici hanno posto in essere un'attività sanzionatoria articolata nella trattazione delle segnalazioni già pervenute dal Comitato TV e Minori, dagli ispettorati territoriali del Ministero delle comunicazioni, da utenti e anche per impulso d'ufficio.

In particolare, nell'arco temporale in esame, sono stati avviati con contestazione, a seguito di segnalazione degli Ispettorati territoriali del Ministero delle comunicazioni e del Comitato TV e minori, 9 procedimenti per la violazione dell'articolo 5ter del regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite; 2 segnalazioni qualificate hanno dato luogo ad archiviazioni in via amministrativa, mentre gli Uffici hanno ritenuto di non procedere in merito a 24 segnalazioni di violazioni della medesima normativa commesse nel periodo di sospensione dell'efficacia della normativa, dal 25 maggio al 5 dicembre 2005 e dal 13 gennaio al 29 agosto 2006.

E' in corso l'attività di monitoraggio d'ufficio e su segnalazione anche non qualificata per la verifica del rispetto della normativa in parola.

### ***La pubblicità degli enti pubblici***

La mancata comunicazione, nei termini e con le modalità prescritte dall'Autorità, dei prospetti recanti le spese pubblicitarie relative all'anno 2004 da parte di alcune Province italiane (articolo 41, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177, integralmente riprodotto dell'articolo 7, comma 12, della legge 3 maggio 2004, n. 112, in ordine alla mancata comunicazione delle somme impegnate per l'acquisto, ai fini di pubblicità istituzionale, di spazi sui mezzi di comunicazione di massa), ha condotto, nell'anno di riferimento, all'adozione di 23 provvedimenti; di questi, 2 procedimenti si sono conclusi in seguito all'esercizio, da parte degli enti pubblici, nella fattispecie due Università, del diritto al pagamento in misura ridotta (oblazione) previsto dall'articolo 18 della legge 24 novembre 1981, n. 689 e con il conseguente versamento di una somma pari alla terza parte del massimo della sanzione prevista per la violazione commessa (pari a euro 1.733,00) e si riferiscono al Politecnico di Bari e alla Scuola Internazionale Superiore di Studi Avanzati (SISSA).

I procedimenti, riguardanti le Province di La Spezia, Ravenna, Rimini e Taranto e la Presidenza del Consiglio dei Ministri, si sono conclusi con provvedimenti di archiviazione.

Sedici procedimenti si sono conclusi con altrettanti provvedimenti di ordinanza – ingiunzione e si riferiscono alle Province di Avellino (delibera n. 353/06/CONS, sanzione comminata pari a euro 3.500,00), Benevento (delibera n. 410/06/CONS, sanzione comminata pari a euro 3.500,00), Caserta (delibera n. 354/06/CONS, sanzione erogata pari a euro 3.500,00), Catania (delibera n. 347/06/CONS, sanzione comminata pari a euro 3.500,00), Catanzaro (delibera n. 409/06/CONS, sanzione erogata pari a euro 3.500,00), Firenze (delibera n. 348/06/CONS, sanzione erogata pari a euro 3.500,00), Lodi (delibera n. 475/06/CONS, sanzione comminata pari a euro 1.040,00), Massa Carrara (delibera n. 408/06/CONS, sanzione erogata pari a euro 3.500,00), Messina (delibera n. 349/06/CONS, sanzione comminata pari a euro 3.500,00), Nuoro (delibera n. 350/06/CONS, sanzione erogata pari a euro 3.500,00), Pisa (delibera n. 351/06/CONS, sanzione erogata pari a euro 3.500,00), Reggio Calabria (delibera n. 352/06/CONS, sanzione comminata pari a euro 3.500,00), Roma (delibera n. 407/06/CONS, sanzione erogata pari a euro 3.500,00), Salerno (delibera n. 355/06/CONS, sanzione comminata pari a euro 3.500,00), Teramo (delibera n. 358/06/CONS, sanzione erogata pari a euro 3.500,00), Terni (delibera n. 426/06/CONS, sanzione comminata pari a euro 3.500,00).

Inoltre, sono stati avviati due procedimenti inerenti alla contestazione della violazione dell'articolo 41 del testo unico della radiotelevisione (decreto legislativo n. 177/2005).

### ***La pubblicità ingannevole***

Ai sensi dell'articolo 7, comma 5, del decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74, come modificato dal decreto legislativo 25 febbraio 2000, n. 67, e integralmente sostituito dall'articolo 26, comma 5, del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "Codice del consumo", quando un messaggio pubblicitario è stato o deve essere diffuso attraverso la stampa periodica o quotidiana, ovvero per via radiofonica o televisiva o altro mezzo di telecomunicazione, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, prima di provvedere a dichiarare la pubblicità ingannevole o il messaggio di pubblicità comparativa illecito, richiede il parere obbligatorio, ma non vincolante, all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, la quale è tenuta a renderlo nei trenta giorni successivi al ricevimento della richiesta.

Nel periodo compreso tra il mese di maggio 2006 e il mese di aprile 2007, l'Autorità ha provveduto a rendere 168 pareri su 199 messaggi pubblicitari di cui 66 su messaggi diffusi attraverso la stampa periodica e quotidiana, 5 per via radiofonica e 39 televisiva, 89 tramite altri mezzi di comunicazione, di cui 79 su internet; 25 dei pareri resi riguardano messaggi diffusi su più mezzi.

Di tutti questi, i pareri resi relativamente a messaggi diffusi da aziende tenute all'iscrizione al Registro degli Operatori di Comunicazione (ROC) hanno costituito il 25% del totale, e, in prevalenza (22%) si è trattato di messaggi diffusi da operatori di comunicazione elettronica.

## ■ 2.10. La rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione

Come anticipato nella precedente relazione al Parlamento, l'Autorità, a maggio del 2006, ha adottato un atto di indirizzo sulla rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione di massa (delibera n. 85/06/CSP).

Attraverso l'adozione di tale provvedimento, l'Autorità ha inteso, in primo luogo, formulare alcune indicazioni relative all'organizzazione delle società realizzatrici delle indagini, al fine di rendere più efficaci i principi di correttezza, indipendenza e neutralità tecnologica.

Le regole di *governance* dettate nell'atto di indirizzo hanno l'obiettivo di assicurare l'indipendenza e la neutralità delle rilevazioni tramite l'effettivo accesso, alla compagine delle società realizzatrici, di tutti i soggetti che compongono il mercato.

Le stesse società devono poi assicurare l'indipendenza gestionale e metodologica degli organi amministrativi e dei comitati tecnico-scientifici, all'interno dei quali l'Autorità si è riservata di nominare propri rappresentanti.

Sotto il profilo metodologico, l'atto di indirizzo ha inteso garantire che le rilevazioni rispondano sempre a criteri universalistici di campionamento rispetto alla popolazione e ai mezzi interessati, affinché le misurazioni tengano conto del grado di penetrazione di ciascun mezzo (a prescindere dalla piattaforma trasmissiva) e delle modalità di fruizione del prodotto.

Il provvedimento prevede, pertanto, la predisposizione di appropriati criteri per la rilevazione degli indici di ascolto televisivi e radiofonici e di diffusione della carta stampata, affinché migliori la qualità della metodologia di ricerca, ferma restando la facoltà dell'Autorità di provvedere a realizzare le rilevazioni necessarie laddove tale ricerca, a seguito delle verifiche effettuate, risulti non rispondente ai criteri dettati dall'articolo 1, comma 6, lettera b), n. 11 della legge n. 249/1997.

A fini della trasparenza e anche per consentire all'Autorità l'esercizio dell'attività di vigilanza, le società che effettuano la rilevazione di indici di ascolto sono tenute a comunicare alla stessa le indicazioni previste dalla delibera n. 130/06/CSP, di attuazione del citato atto di indirizzo.

In particolare, il provvedimento di attuazione ha disposto che i soggetti realizzatori abbiano l'obbligo di inviare all'Autorità specifici modelli contenenti le informazioni anagrafiche generali, il dettaglio dei soggetti che compongono il Consiglio di amministrazione delle società realizzatrici delle indagini e la composizione degli assetti partecipativi della stessa società rilevatrice e delle eventuali società socie di questa. La delibera dispone, inoltre, che i soggetti realizzatori trasmettano, per ogni indagine effettuata, un documento elettronico e la relativa "nota informativa", ossia note metodologiche che vengano pubblicate all'interno di una specifica sezione del sito web dell'Autorità.

A seguito dell'emanazione delle citate delibere e dell'invio della documentazione da parte di Auditel, alcuni soggetti interessati hanno presentato istanza di accesso ai documenti amministrativi e di partecipazione al procedimento di verifica dell'osservanza, da parte dell'Auditel, delle misure disposte dall'Autorità in materia di indici di ascolto.

In osservanza delle citate disposizioni, Auditel ha adottato misure volte ad assicurare l'adeguamento alle direttive impartite dall'Autorità con l'atto di indirizzo, sia in ordine alla *governance*, che per quanto attiene alla metodologia della ricerca, in un quadro generale orientato a garantire un servizio coerente con il perseguimento dell'interesse pubblico sotteso alla rilevazione degli indici di ascolto.

Sotto il profilo organizzativo, Auditel ha inserito nel proprio statuto la previsione di criteri di equità e parità di condizioni indipendentemente dalla partecipazione degli utilizzatori alla società, prevedendo altresì l'ampliamento della rappresentatività del Consiglio di amministrazione e del Comitato tecnico a nuovi Componenti indicati anche su suggerimento, parere o raccomandazione dell'Autorità, e approvando, infine, la clausola che prevede che gli aumenti di capitale sociale possano essere riservati a terzi.

Sotto il profilo metodologico, il nuovo ciclo di indagini di Auditel (già avviato a partire dal 2006), si caratterizza per una netta separazione tra la ricerca di base e la fase di elaborazione dei dati.

La ricerca di base è condotta dalla società IPSOS attraverso 30.000 interviste rispetto alle precedenti 20.000, suddivisa in nove cicli su base annua (in precedenza la ricerca si svolgeva in due cicli su base annua).

Per il campionamento sono utilizzate le liste elettorali in luogo degli elenchi telefonici. La ricerca di base consente di ottenere informazioni relative alle dotazioni tecnologiche delle famiglie e alle caratteristiche socio-demografiche dei singoli componenti delle stesse, tenendo conto del grado di penetrazione delle nuove piattaforme. L'Auditel, inoltre, accogliendo una precisa richiesta della società Sky, è intervenuta sui criteri di controllo e ponderazione del campione (*panel control*) per assicurare che la proporzione di individui che utilizzano le nuove tecnologie sia costantemente aggiornata, compatibilmente con i tempi tecnici necessari, con la ricerca di base, monitorando anche il numero di televisori posseduti e le caratteristiche socio-demografiche dei singoli componenti della famiglia.

Le innovazioni introdotte nella fase della ricerca di base sono apparse idonee a garantire una misurazione più aggiornata del tasso di penetrazione delle nuove tecnologie.

In sede di audizione dei soggetti interessati è emersa l'esigenza di valutare la questione degli "errori campionari" dell'indagine Auditel per la stima degli ascolti relativi ai singoli canali satellitari. Le stime dei canali satellitari hanno, infatti, un grado di variabilità molto più elevato rispetto a quelle dei tradizionali canali terrestri analogici.

Tale situazione, peraltro, come si è potuto verificare nel corso del procedimento istruttorio, non deriva da un difetto strutturale dell'impianto di rilevazione dell'indagine Auditel, ma è una caratteristica intrinseca alle rilevazioni campionarie. Si è potuto osservare, infatti, che, con riferimento alla variabilità delle stime di livelli ridotti di *audience*, qualsiasi indagine campionaria è soggetta alla regola secondo la quale il coefficiente di variazione di una stima è inversamente proporzionale all'ampiezza della stima stessa; ossia, stime di fenomeni che si osservano con frequenza bassa nella popolazione hanno un coefficiente di variazione più elevato rispetto a stime con una frequenza elevata.

Nel caso delle emittenti satellitari, l'oggettiva "polverizzazione" dei canali tematici determina una maggiore variabilità del fenomeno. Per limitare questo rischio occorrerebbe aumentare il campione osservato, fino a disporre di numerosità campionarie

così elevate da risultare difficilmente praticabili, sia da un punto di vista operativo, sia economico con riferimento ai costi dell'indagine.

A conclusione del procedimento istruttorio con la delibera n. 55/07/CSP l'Autorità ha, pertanto, ritenuto necessario raccomandare ad Auditel di fornire agli utenti dei dati di ascolto dei canali satellitari (o di analoghe stime riferite a livelli ridotti di *audience*) un'informazione adeguata sull'errore campionario e sulla numerosità del campione sulla base del quale sono state elaborate le stime; inoltre, per una maggiore significatività dei dati rilevati, proprio al fine di ridurre la variabilità, è parso opportuno che la società mettesse a disposizione dei soggetti interessati, su loro richiesta, oltre ai dati di ascolto quotidiani, anche quelli aggregati sulla base di differenti periodicità.

Nel provvedimento, ai fini dell'attività di vigilanza e stante il carattere di interesse generale e di raggiungimento di finalità pubbliche dell'attività di rilevazione degli indici di ascolto, è stato stabilito che l'Autorità, avvalendosi della possibilità prevista dall'articolo 12 dello statuto Auditel, avrebbe provveduto, con separato atto, a designare propri rappresentanti in seno al Comitato tecnico della società di rilevazione.

## ■ 2.11. La tutela dei minori

Lo scenario normativo relativo al settore delle comunicazioni ha subito negli ultimi anni significativi cambiamenti che, tra l'altro, appaiono riflettere una maggiore attenzione, da parte del legislatore, al valore della tutela dei minori, inteso quale importante principio del sistema radiotelevisivo.

Relativamente all'anno 2006, la legge 6 febbraio 2006, n. 37 recante "Modifiche all'articolo 10 della legge 3 maggio 2004, n. 112, in materia di tutela dei minori nella programmazione televisiva", se da un lato abolisce il divieto di impiego dei minori di anni quattordici per messaggi pubblicitari e *spot*, dall'altro stabilisce il divieto, già previsto nel Codice di autoregolamentazione TV e minori, di messa in onda di ogni forma di comunicazione pubblicitaria di bevande alcoliche all'interno dei programmi direttamente rivolti ai minori e nelle interruzioni pubblicitarie immediatamente precedenti e successive a tali programmi. E' opportuno sottolineare che la medesima legge prevede l'eliminazione dell'istituto dell'oblazione nei casi di violazione delle norme in materia di tutela dei minori, rendendo, pertanto, più incisive le sanzioni.

Il decreto 27 aprile 2006, n. 218, adottato dal Ministro delle comunicazioni di concerto con il Ministro del lavoro e delle politiche sociali e il Ministro per le pari opportunità: "Regolamento recante disciplina dell'impiego di minori di anni quattordici in programmi televisivi" ha introdotto ulteriori disposizioni in materia di tutela dei minori. Tale regolamento stabilisce che la partecipazione alle trasmissioni televisive dei minori infraquattordicenni debba avvenire con il massimo rispetto della loro dignità personale, dell'immagine, dell'integrità psicofisica e della *privacy*, peraltro vietando di sottoporli ad azioni o situazioni pericolose per la salute psicofisica o eccessivamente gravose, in relazione alle proprie capacità, o violente, di mostrarli, senza motivo, in situazioni pericolose, di far assumere loro, anche per gioco o per finzione, sostanze nocive quali tabacco, bevande alcoliche o stupefacenti, di coinvolgerli in argomenti o immagini di contenuto volgare, licenzioso o violento e di utilizzarli in richieste di denaro o di

elargizioni abusando dei naturali sentimenti degli adulti per i bambini. La norma, infine, estende l'applicabilità delle disposizioni contenute nel Codice di autoregolamentazione TV e minori anche alle emittenti radiofoniche.

E' anche da segnalare che, nel corso del 2006, la Carta di Treviso<sup>16</sup> è stata soggetta a un processo di aggiornamento, resosi necessario al fine di tener conto dei nuovi strumenti tecnologici che caratterizzano il mondo della comunicazione della società attuale e di garantire l'esercizio del diritto all'informazione nel rispetto della riservatezza dei minori.

Con riferimento alle competenze assegnatele, è da evidenziare che l'Autorità ha esercitato le sue funzioni, in materia di tutela dei minori, in diverse aree di interesse. La prima è rappresentata dalla funzione di regolamentazione, che ha comportato l'espletamento di complesse e articolate attività, anche di consultazione pubblica, e l'introduzione di regole e di linee di indirizzo nel settore delle comunicazioni.

In tale prospettiva, con la delibera n. 55/06/CONS, l'Autorità, ai sensi dell'articolo 17, comma 4, della legge 31 luglio 2004, n. 112, trasfuso nell'articolo 45, comma 4, del testo unico, ha approvato lo schema di linee guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo ai sensi dell'articolo 17, comma 4, della legge 31 luglio 2004, n.112, che è stato sottoposto all'intesa del Ministro delle comunicazioni. Ha, quindi, successivamente accolto, con la delibera n. 481/06/CONS, le osservazioni formulate dal Ministero delle comunicazioni sul citato schema di provvedimento. Infine, visto il formale assenso alla citata delibera n. 481/06/CONS espresso dal Ministro delle comunicazioni ha emanato, con delibera n. 540/06/CONS, le linee guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo, rafforzando gli obblighi del servizio pubblico a tutela dei minori e ribadendo l'importanza del ruolo svolto dal Comitato di applicazione del Codice di autoregolamentazione TV e minori.

Con la delibera n. 266/06/CONS, recante "Modifiche al regolamento relativo alla radiodiffusione terrestre in tecnica digitale di cui alla delibera n. 435/01/CONS. Disciplina della fase di avvio delle trasmissioni digitali terrestri verso terminali mobili", l'Autorità ha inteso regolamentare la fase di avvio delle trasmissioni digitali terrestri verso terminali mobili, estendendo l'applicabilità delle disposizioni poste a tutela dei minori nel settore radiotelevisivo anche a tutti i servizi audiovisivi e multimediali diffusi in tecnica digitale su frequenze terrestri e destinati alla fruizione del pubblico tramite terminali mobili.

La delibera n. 661/06/CONS recante "Misure di sicurezza in materia di tutela dei minori da implementare sui terminali mobili di videofonia", ha invece introdotto, per gli Operatori di comunicazioni che offrono servizi audiovisivi e multimediali, diffusi in tecnica digitale su frequenze terrestri o su reti di comunicazioni mobili e personali, destinati alla fruizione del pubblico tramite terminali mobili, l'obbligo di fornire agli utenti una modalità/funzione di *parental control* che consenta di inibire stabilmente l'accesso dei minori a contenuti riservati agli adulti o, comunque, nocivi per gli utenti minori.

L'Autorità è anche intervenuta in ordine ai contenuti dei programmi televisivi.

Con riferimento ai programmi di intrattenimento, ha approvato la delibera n. 165/06/CSP, con la quale ha richiamato tutte le emittenti radiotelevisive pubbliche o pri-

---

<sup>16</sup> La Carta di Treviso è un protocollo firmato il 5 ottobre 1990 dall'Ordine dei giornalisti, Federazione nazionale della stampa italiana e Telefono azzurro con l'intento di disciplinare i rapporti tra informazione e infanzia.

vate, nonché i fornitori di contenuti radiotelevisivi a garantire, nei programmi di intrattenimento, l'effettivo rispetto dei diritti fondamentali a garanzia degli utenti, *sub specie* di dignità della persona, armonico sviluppo fisico, psichico e morale dei minori e rispetto dei sentimenti religiosi come articolazione del diritto della personalità individuale.

Relativamente alla programmazione radiotelevisiva in generale, con la delibera n. 23/07/CSP, ha inoltre ribadito il divieto di trasmissione di programmi contenenti scene pornografiche, fornendo linee interpretative e di indirizzo per meglio specificare la natura delle scene e dei programmi che, potendosi qualificare come pornografici, rientrano nei divieti previsti dalla vigente normativa.

La seconda area di interesse è costituita dai rapporti posti in essere dall'Autorità con le Istituzioni e gli organi di settore.

A questo riguardo, il continuo processo di confronto intrapreso con il Consiglio nazionale degli utenti, incardinato presso la stessa Autorità, ha garantito una costante attenzione al tema della tutela dei minori e ha contribuito a rendere più incisivi taluni interventi e attività in materia da parte dell'Autorità (cfr. paragrafo 3.6). Nel corso dell'anno 2006, si sono poi rafforzati i rapporti di collaborazione con il Comitato di applicazione del Codice di autoregolamentazione TV e minori, rafforzamento che ha avuto significativi riflessi sotto il profilo procedimentale. Da tale punto di vista, sono inoltre da evidenziare le collaborazioni con la Polizia postale e delle comunicazioni, la Guardia di Finanza e il Ministero delle comunicazioni, organi che hanno concorso all'efficacia dell'intervento dell'Autorità anche in tale delicato settore (cfr. paragrafo 3.7). Si sono, infine, ampliate le possibilità di intervento a livello locale, anche in materia di tutela dei minori, grazie al lavoro posto in essere dai Co.re.com.

In tale ambito, l'Autorità ha peraltro provveduto, nel corso del 2006, a realizzare giornate di studio e aggiornamento rivolte al personale dei Co.re.com. su temi attinenti il monitoraggio televisivo, con particolare riferimento alla tutela dei minori (cfr. paragrafo 3.4).

Il terzo ambito di attività è rappresentato dallo svolgimento delle funzioni di vigilanza e sanzionatorie nel settore delle garanzie dell'utenza. L'implementazione, a decorrere dal 1° febbraio 2006, della nuova struttura organizzativa dell'Autorità, ha favorito un migliore coordinamento delle attività realizzate anche in materia di tutela dei minori. Nello specifico, le attività di vigilanza, ivi compreso il monitoraggio dei programmi televisivi, e quelle di natura regolamentare, nonché procedimentale sono svolte dalla medesima struttura organizzativa (Direzione contenuti audiovisivi e multimediali).

Nel periodo in esame (compreso tra il mese di maggio 2006 e il mese di aprile 2007), sono stati conclusi 52 procedimenti che hanno dato vita ai seguenti provvedimenti:

- 37 ordinanze ingiunzioni, di cui:
  - 1 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b) del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 (tutela minori) e 20 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lett. b) del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 (tutela utenti);  
tali 21 provvedimenti di ordinanza-ingiunzione hanno stabilito l'erogazione delle seguenti sanzioni:
    - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 100.000,00 (delibera n. 175/06/CSP, emittente Canale 5);
    - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 25.000,00 (delibera n. 27/07CSP, emittente Retecapri);

- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 15.000,00 (delibera n. 14/07/CSP, emittente Retecapri);
- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 7.224,00 (delibera n. 56/07/CSP, emittente Tele A+);
- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 5.164,00 (delibera n. 104/06/CSP, emittente Radioradio);
- 2 sanzioni amministrative di importo pari a euro 4.500,00 (delibera n. 8/07/CSP, emittente Teleradio del Mediterraneo, n. 25/07/CSP, emittente Videomed);
- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 3.500,00 (delibera n. 26/07/CSP, emittente LA 9);
- 11 sanzioni amministrative di importo pari a euro 3.000,00 (delibere n. 121/06/CSP, emittente Retesole, n. 122/06/CSP, emittente Gold, n. 123/06/CSP emittente Primarete Lombardia, n. 172/06/CSP, emittente TVR Voxson, n. 3/07/CSP, emittente T9, n. 6/07/CSP, emittente Telemed, n. 12/07/CSP, emittente TV9 Toscana, n. 13/07/CSP, emittente Canale 23, n. 17/07/CSP, emittente Telemed 2, n. 24/07/CSP, emittente LA 8, n. 28/07/CSP, emittente TVR Voxson);
- 2 sanzioni amministrative di importo pari a euro 516,00 (delibere n. 58/07/CSP, emittente Gold, n. 59/07/CSP, emittente Antenna 3);
  - 1 per la violazione dell'articolo 15, comma 11, della legge 6 agosto 1990, n. 223, come trasfuso nell'articolo 34, comma 1, del testo unico;
  - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 5.000,00 (delibera n. 145/06/CSP, emittente Teletna);
  - 1 per la violazione dell'articolo 15, comma 13, della legge 6 agosto 1990 n. 223, come trasfuso nell'articolo 34, comma 2, del testo unico;
  - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 5.000,00 (delibera n. 146/06/CSP, emittente Videobergamo);
  - 1 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b) del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 in combinato disposto con l'articolo 34 comma 3 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;
  - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 100.000,00 (delibera n. 177/06/CSP, emittente Rai Due);
  - 4 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b) del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 e del codice di autoregolamentazione TV e minori in combinato disposto con l'articolo 34 comma 3 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;
  - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 200.000,00 (delibera n. 128/06/CSP, emittente Rai 1);
  - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 25.000,00 (delibera n. 167/06/CSP, emittente Italia 1);
  - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 25.000,00 (delibera n. 53/07/CSP, emittente Sportitalia);
  - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 75.000,00 (delibera n. 90/06/CSP, emittente Rai Due);
  - 4 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b) del decreto legislativo

vo 31 luglio 2005 n. 177 e del codice di autoregolamentazione TV e minori in combinato disposto con l'articolo 34 commi 3 e 4 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;

- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 100.000,00 (delibera n. 126/06/CSP, emittente LA 7);

- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 100.000,00 (delibera n. 127/06/CSP, emittente Rai 2);

- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 50.000,00 (delibera n. 143/06/CSP, emittente Italia 1);

- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 50.000,00 (delibera n. 144/06/CSP, emittente Canale Cinque);

■ 2 per la violazione del codice di autoregolamentazione TV e minori come disposto dall'articolo 34 commi 3 e 4 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;

- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 7.500,00 (delibera n. 147/06/CSP, emittente Retesole);

- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 15.000,00 (delibera n. 4/07/CSP, emittente Telemondo);

■ 1 per la violazione dell'articolo 10, comma 3, della legge 3 maggio 2004, n. 112;

- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 25.000,00 (delibera n. 124/06/CSP, emittente Retequattro);

■ 2 per la violazione dell'articolo 1, comma 26, della legge 23 dicembre 1996, n. 650;

- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 10.000,00 (delibera n. 406/06/CONS, emittente Canale Zero Amici Tv);

- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 15.000,00 (delibera n. 474/06/CONS, emittente Vip Tv);

● 4 archiviazioni per intervenuta oblazione per violazione dell'articolo 15, comma 10, della legge 6 agosto 1990, n. 223 come trasfuso nell'articolo 4, comma 1, lettera b), del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 (oblazione pari a euro 1.032,00);

● 1 archiviazione per intervenuta oblazione per violazione dell'articolo 15, comma 10, della legge 6 agosto 1990, n. 223 come trasfuso negli articoli 3 e 4, comma 1, lettera b), del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 (oblazione pari a euro 1.032,00);

● 2 archiviazioni nel merito per presunta violazione dell'articolo 15, comma 10, della legge 6 agosto 1990, n. 223 come trasfuso nell'articolo 4, comma 1, lettera b), del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 (tutela utenti);

● 1 archiviazione nel merito per presunta violazione dell'articolo 15 comma 10 della legge 6 agosto 1990, n. 223 come trasfuso nell'articolo 4, comma 1, lettera b), del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 (tutela minori);

● 2 archiviazioni nel merito per presunta violazione del codice di autoregolamentazione TV e minori come disposto dall'articolo 34 comma 3 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;

- 1 archiviazione nel merito per presunta violazione del codice di autoregolamentazione TV e minori come disposto dall'articolo 34 commi 3 e 4 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;

- 1 archiviazione nel merito per presunta violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b), del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 e del codice di autoregolamentazione TV e minori in combinato disposto con l'articolo 34 comma 3 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;

- 1 archiviazione nel merito per presunta violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b), del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 e del codice di autoregolamentazione tv e minori in combinato disposto con l'articolo 34, commi 3 e 4, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 e codice di autoregolamentazione TV e minori;

- 2 archiviazioni nel merito per presunta violazione dell'articolo 15, comma 13, della legge 6 agosto 1990, n. 223 come trasfuso nell'articolo 34, comma 2, del testo unico.

Dall'esame delle segnalazioni, relative a presunte violazioni alle disposizioni a tutela dei minori, sono stati, altresì, adottati:

- 25 atti di contestazione, di cui:
  - 12 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b) del testo unico;
  - 1 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b) del testo unico e art. 1, comma 1, lettera b), legge 6 febbraio 2006 n. 37;
  - 4 per la violazione del codice di autoregolamentazione TV e minori e dell'articolo 4, comma 1, lettera b) del testo unico in combinato disposto con l'articolo 34, comma 3, dello stesso;
  - 1 per la violazione del codice di autoregolamentazione TV e minori e degli articoli 3 e 4, comma 1, lettera b) del testo unico in combinato disposto con l'articolo 34, comma 3, dello stesso;
  - 1 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b), del testo unico in combinato disposto con l'articolo 34, comma 3, dello stesso;
  - 3 per la violazione del codice di autoregolamentazione TV e minori e dell'articolo 4, comma 1, lettera b), del testo unico in combinato disposto con l'articolo 34, commi 3 e 4, del testo unico;
  - 1 per la violazione codice di autoregolamentazione TV e minori come disposto dall'articolo 34, commi 3 e 4, del testo unico;
  - 1 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b), del testo unico, del Codice di autoregolamentazione TV e minori in combinato disposto con l'articolo 34, comma 3, dello stesso;
  - 1 per la violazione dell'articolo 1, comma 26, della legge 23 dicembre 1996, n. 650;
- 30 atti di archiviazione in via amministrativa.

## ■ 2.12. Il Registro degli Operatori di Comunicazione

Nel corso del 2006, sono stati ulteriormente potenziati gli strumenti gestionali preposti allo svolgimento dell'attività inerente il Registro Operatori di Comunicazione (ROC). È stata focalizzata l'attenzione sull'ottimizzazione dei contenuti e sull'accessibilità alla sezione dedicata al ROC del sito Internet dell'Autorità (cfr. paragrafo 4.6). Ciò, in associazione al servizio di *call-center*, fornito permanentemente nell'arco di tutta la giornata lavorativa a supporto delle esigenze dell'utenza, costituisce un integrato sistema informativo multimediale, tipicamente orientato verso le esigenze degli operatori, caratterizzate da un approccio dinamico, agevole ed efficace.

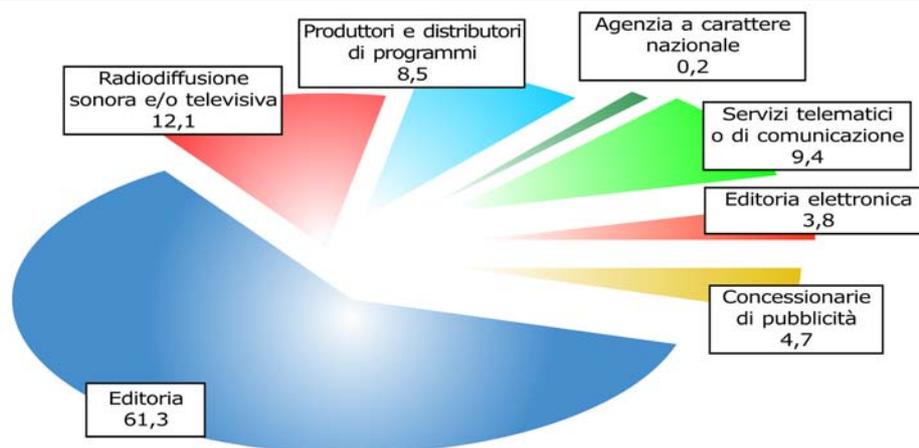
L'organico flusso di informazioni veicolato ha permesso di disporre di tutte le informazioni per la corretta formalizzazione della documentazione necessaria a completare la domanda di iscrizione al ROC, con una drastica riduzione della tempistica legata all'*iter* amministrativo precedentemente rilevata.

Allo stato attuale, non considerando i casi per i quali si rende necessario richiedere integrazioni o rettifiche della documentazione trasmessa, il procedimento d'iscrizione al ROC si completa ben prima dei 60 giorni previsti dall'articolo 19 della delibera n. 236/01/CONS recante "Regolamento per l'organizzazione e la tenuta de Registro degli Operatori di Comunicazione".

Per quanto concerne il numero di operatori iscritti al ROC, ad oggi, risultano iscritte 15.230 imprese, con un incremento, rispetto all'anno precedente, di oltre il 10%.

La figura 2.2 descrive la suddivisione, per attività, delle imprese iscritte al Registro.

■ **Figura 2.2.** Imprese iscritte al ROC per attività (%)



Fonte: elaborazioni Autorità

Come si può notare, la maggior parte degli operatori iscritti è rappresentata dalle imprese operanti nel settore dell'editoria che costituiscono il 61,3% del totale, valore che subisce, tuttavia, una riduzione percentuale rispetto agli anni precedenti in consi-

derazione del fatto che la percentuale dei fornitori di servizi telematici e di telecomunicazione iscritti al ROC passa dal 6,75% al 9,4%.

Il maggior incremento è, quindi, rappresentato, anche nel 2006, dal numero di richieste di iscrizione al ROC da parte di imprese che offrono servizi telematici e di telecomunicazione. In termini numerici, in meno di due anni si è passati da 200 a 1.443 operatori iscritti al Registro.

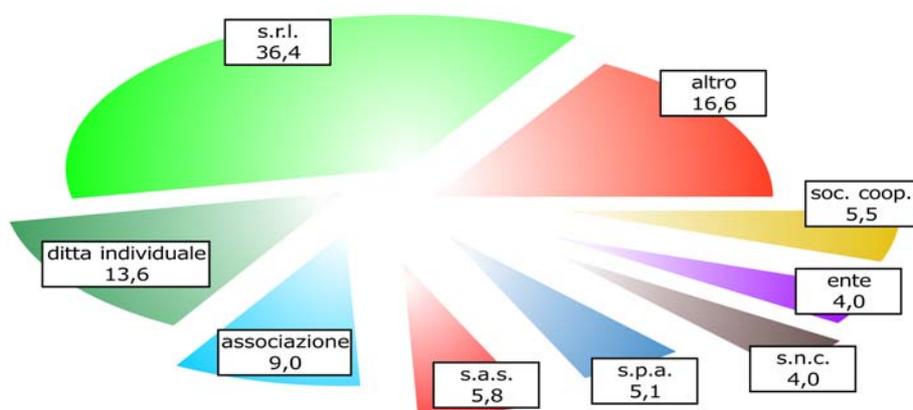
La maggior parte di essi è costituita da ditte individuali gestite in larga parte da cittadini extracomunitari operanti nei settori dei *phone center* e degli *internet point*. Tale notevole incremento conferma l'efficacia dell'attività amministrativa svolta.

Rimangono, viceversa, tendenzialmente in linea con il 2005, i valori percentuali riguardanti:

- i. le imprese radiotelevisive (12,11% contro il 12,5% dell'anno precedente);
- ii. le concessionarie di pubblicità (4,69% contro il 4,8%);
- iii. i produttori e distributori di programmi (8,50% contro l'8,4%);
- iv. le imprese operanti nel settore dell'editoria elettronica (3,85% contro il 3,4%).

La figura 2.3 illustra la suddivisione, per natura giuridica, delle imprese iscritte al Registro.

**Figura 2.3.** Imprese iscritte al ROC per natura giuridica (%)



Fonte: elaborazioni Autorità

Rispetto allo scorso anno, si evince un deciso incremento di forme societarie quali le ditte individuali (+ 3%) e le società a responsabilità limitata (+ 3,7%), mentre diminuiscono lievemente (- 0,9 %) i soggetti la cui natura giuridica non è riconducibile alle tipologie disciplinate dall'ordinamento giuridico italiano, classificati come "altro".

Nel corso del 2006, si è proceduto, ai sensi del decreto del Ministero della giustizia 31 ottobre 2006, a introdurre una nuova procedura finalizzata a iscrivere al ROC i soggetti che esercitano siti Internet destinati all'inserimento degli avvisi di vendita, di cui all'articolo n. 490 del Codice di procedura civile, nell'ambito delle aste giudiziarie.

Sono state, inoltre, rilasciate al Dipartimento per l'informazione e l'editoria, presso la Presidenza del Consiglio dei ministri, circa 400 attestazioni di regolarità, finalizzate all'accesso degli editori alle provvidenze, ovvero alle varie forme di benefici previsti dalla normativa in materia di editoria, nonché oltre 300 attestazioni di regolare iscrizione al ROC.

Un cenno particolare merita l'istituzione del Catasto nazionale delle frequenze radiotelevisive effettuata dall'Autorità con la delibera n. 502/06/CONS, con la quale è stato adottato il regolamento per l'istituzione della sezione speciale del Registro degli operatori di Comunicazione relativa alle infrastrutture di diffusione site nel territorio nazionale (cfr. paragrafi 2.13 e 3.3).

Tale attività, finalizzata a semplificare, velocizzare e razionalizzare le operazioni di transizione dal sistema di trasmissione analogico a quello digitale, ha portato alla realizzazione di un apposito *database* nel quale sono state attualmente inserite le circa 600 imprese radiotelevisive a carattere nazionale e locale operanti in Italia, nonché gli oltre 24.000 impianti di radiodiffusione gestiti, con le relative specifiche tecniche (potenza, diagrammi di irradiazione, caratteristiche dei pannelli, ecc.) redatte in conformità agli *standard* internazionali.

Per quanto attiene alla Informativa Economica di Sistema (IES), si è proceduto ad assicurare assistenza giuridica e procedimentale agli operatori tenuti, ai sensi della delibera n. 129/03/CONS, alla trasmissione telematica.

Infine, su richiesta avanzata dalle Poste Italiane si è proceduto a verificare la regolarità dell'iscrizione al Registro degli operatori di Comunicazione di 50 soggetti beneficiari delle riduzioni tariffarie previste dal decreto legge 24 dicembre 2003, n. 353 convertito in legge 27 febbraio 2004, n. 46.

## ■ 2.13. L'attività ispettiva

Dal 1° febbraio 2006, data di istituzione, in seno all'Autorità, del Servizio ispettivo e registro e dalla successiva deliberazione del 2 febbraio 2006 (delibera n. 63/06/CONS) concernente le "Procedure per lo svolgimento delle funzioni ispettive e di vigilanza dell'Autorità", l'Autorità ha avviato numerose verifiche riguardanti, principalmente:

i. gli adempimenti di Telecom Italia in materia di attuazione degli obblighi di trasparenza sulle reti, in particolare, relativamente all'accesso locale, su richiesta della Commissione europea;

ii. le politiche commerciali, i canali di vendita dei servizi e di gestione del rapporto con la clientela, nonché le procedure interne poste in essere dalle società di telecomunicazione Telecom Italia, Wind, Elnet, Elitel, Fastweb, al fine, soprattutto, di fronteggiare e contenere il fenomeno dell'attivazione di servizi non richiesti da parte dell'utenza;

iii. la tempestività e l'efficacia dell'attività posta in essere dagli Operatori di telecomunicazione finalizzata a ristabilire, in caso di accertata attivazione di servizi non richiesti, le condizioni contrattuali iniziali, con conseguente ristoro all'utenza degli eventuali costi impropriamente sostenuti;

iv. le modalità di utilizzo delle banche dati informatiche o cartacee in possesso di Telecom Italia, nonché il presunto, illegittimo uso di dati o informazioni disponibili presso la divisione *wholesale* e la direzione tecnica della società al fine di porre in essere attività finalizzate a riconquistare clienti passati a operatori concorrenti (cd. pratiche di *win-back*);

v. le modalità di addebito, da parte di Telecom Italia, delle telefonate, in particolare quelle verso le numerazioni 892, 899, 709, 144, 166 e verso numerazioni satellitari internazionali, le relative modalità di accertamento della regolarità degli addebiti in bolletta, nonché il corretto funzionamento del centro antifrodi di Bologna.

Nel seguito, si riporta una sintesi delle attività ispettive effettuate, anche con l'ausilio della Polizia Postale e delle Comunicazioni e con il Nucleo Speciale della Guardia di Finanza (cfr. paragrafo 3.7), nei riguardi di operatori di telecomunicazione nel periodo che va dal mese di marzo 2006 al mese di maggio 2007.

**Tabella 2.21.** Attività ispettive (marzo 2006 - maggio 2007)

<b>Operatori</b>	<b>Motivazione</b>	<b>N. ispezioni effettuate</b>	<b>Sedi accesso ispezioni</b>
Telecom	Verifica operazioni Win - Back	6	Milano Roma Napoli
Telecom	Verifica servizi non richiesti politiche commerciali e canali di vendita Reclami utenti	14	Milano Bologna Roma
Wind	Verifica servizi non richiesti politiche commerciali e canali di vendita Reclami utenti	8	Milano
Fastweb	Verifica servizi non richiesti politiche commerciali e canali di vendita Reclami utenti	3	Milano
Vodafone	Verifica servizi non richiesti politiche commerciali e canali di vendita Reclami utenti	6	Milano
H3G	Verifica servizi non richiesti politiche commerciali e canali di vendita Reclami utenti	3	Milano Roma
Tiscali	Verifica servizi non richiesti politiche commerciali e canali di vendita Reclami utenti	3	Cagliari
Elitel	Verifica servizi non richiesti politiche commerciali e canali di vendita Reclami utenti	6	Milano
Totale segnalazioni verificate: 1.166			

Fonte: Autorità

Inoltre, l'Autorità, nell'ambito dello svolgimento dell'attività ispettiva, ha effettuato una serie di attività di sopralluogo tecnico in ottemperanza a quanto disposto dalla delibera n. 502/06/CONS che ha istituito la Sezione speciale del Registro degli Operatori di Comunicazione relativa alle infrastrutture di diffusione radiotelevisiva site nel territorio nazionale di cui all'articolo 31 della delibera n. 236/01/CONS.

Tali verifiche hanno riguardato, in una prima fase, impianti di radiodiffusione televisiva dislocati in prossimità delle zone di confine.

Ulteriori sopralluoghi sono stati programmati sull'intero territorio nazionale in collaborazione con il Ministero delle comunicazioni e con la Sezione Speciale di Polizia delle Comunicazioni presso l'Autorità.

Tale attività è finalizzata sia a evidenziare incongruenze non immediatamente rilevabili, sia a fornire, attraverso l'ausilio di avanzati strumenti di calcolo, una più corretta situazione della copertura geografica. Inoltre, attraverso il ricorso a elaborazioni particolarmente sofisticate sui dati tecnici forniti dagli Operatori, si potranno conoscere, con esattezza, le caratteristiche tecniche degli impianti in ogni loro dettaglio, allo scopo di pianificare le operazioni di transizione al sistema di diffusione digitale.

## ■ 2.14. I rapporti con i consumatori e gli utenti

L'Autorità, in qualità di Autorità di garanzia, ha come missione fondamentale la tutela dell'utenza e dei consumatori, con riferimento ai servizi forniti dagli operatori di comunicazione elettronica, per assolvere alla quale interviene sui due diversi versanti del complesso dei rapporti che regolano il settore: il sistema dei rapporti fra gli operatori e quello fra questi e gli utenti.

Mentre il rapporto fra operatori si sostanzia in un confronto fra pari (che circoscrive alla regolazione asimmetrica gli squilibri di forza in campo fra operatori con notevole forza di mercato e gli altri), il rapporto fra gestori e utenti si presenta sempre oggettivamente squilibrato in favore dei primi; la forza economica, la detenzione delle informazioni e la capacità di sostenere il contenzioso, infatti, sono decisamente a favore degli operatori.

Conseguentemente il successo dell'azione dell'Autorità nell'ambito della tutela degli utenti, sia nel perseguire l'interesse pubblico, sia nella soluzione dei singoli problemi, si misura nella sua capacità di poter comunicare e rispondere alle istanze dei cittadini, nonché nella rapidità e nell'efficacia degli interventi di vigilanza sul mercato.

L'Autorità ha istituito, a fine ottobre 2006, un tavolo permanente di consultazione con le associazioni degli utenti, attraverso il quale si intende creare un dialogo continuo e costruttivo con i consumatori e rendere più rapida ed efficace l'azione dell'Autorità a tutela dei consumatori e degli utenti.

L'Autorità riconosce il ruolo insostituibile delle associazioni dei consumatori, di grande ausilio al complesso delle sue attività istituzionali.

Nel periodo di riferimento, l'Autorità, attraverso la Direzione tutela dei consumatori, istituita a tale scopo nel 2006, ha intrapreso molteplici iniziative e svolto una serie di attività, volte a offrire un elevato livello di protezione ai consumatori, nonché a favorire un effettivo esercizio dei loro diritti. Ciò alla luce dei rilevanti cambiamenti normativi e regolamentari intervenuti, in materia di consumo, nell'ultimo biennio, quali il Codice del consumo, il decreto legislativo n. 206/05, e la legge n. 40/2007, cosiddetta "legge Bersani" (cfr. paragrafo 1.2.6).

Il proliferare di servizi diversi da quelli di base ha aperto il varco a nuove fattispecie di frodi e abusi, tra i quali sono ricorrenti quelli messi in atto nell'offerta di servizi a

sovrapprezzo. In particolare, resta consistente il numero delle attivazioni di servizi non richiesti, sebbene a oggi notevolmente ridotto, grazie alle costanti attività di monitoraggio e sanzione attuate dall'Autorità.

Con riguardo all'attività sanzionatoria svolta dal mese di maggio 2006 al mese di aprile 2007, l'Autorità ha concluso 47 procedimenti sanzionatori; uno solo è sospeso in attesa di pronuncia del Consiglio di Stato. Tra i procedimenti definiti, 15 si sono conclusi con l'adozione di provvedimenti di ordinanza-ingiunzione, 15 hanno condotto all'archiviazione per pagamento in misura ridotta, 17 sono stati archiviati nel merito. Le fattispecie concrete esaminate sono 117 e il totale degli importi corrisposti a seguito di ordinanza-ingiunzione o di pagamento in misura ridotta è pari a 2.153.712 euro (tabella 2.22).

Il maggior numero di procedimenti sanzionatori ha avuto a oggetto violazioni degli obblighi informativi, a carico degli operatori, sulla tariffazione dei servizi a sovrapprezzo, così come disciplinati dalla delibera n. 9/03/CIR. Gli esiti dell'attività sanzionatoria rivelano che, l'informazione sul rapporto tra tariffa applicabile e tipologia di numerazione accessibile risulta rilasciata ai consumatori secondo modalità incomplete, poco corrette e poco chiare.

**Tabella 2.22.** Sintesi procedimenti sanzionatori e relativi provvedimenti adottati (dal mese di maggio 2006 al mese di aprile 2007)

	Numero	Importi versati (euro)	Fattispecie concrete
Ordinanze-ingiunzione	15	975.766	57
Archiviazioni per pagamento in misura ridotta	15	1.177.946	32
Archiviazioni nel merito	17		18
Totale	48	2.153.712	117

Fonte: Autorità

Un ulteriore profilo di criticità ricorrente nell'attività sanzionatoria inerisce alle attivazioni e disattivazioni di contratti e/o servizi non richiesti e ai conseguenti obblighi di ripristino e indennizzo facenti capo agli operatori. In questo ambito, sono frequenti due problematiche connesse all'attivazione della prestazione di *Carrier Preselection* (CPS), quali:

i. la gestione degli ordini per l'attivazione della prestazione di CPS sulle linee degli abbonati che comunicano indirettamente la richiesta, così come disciplinata dalla delibera n. 4/00/CIR articolo 3;

ii. le modalità per comunicare e registrare la volontà contrattuale dell'abbonato di modificare, tramite l'attivazione della CPS, il rapporto in essere con l'operatore di accesso, così come regolate dall'articolo 3 dell'allegato A della delibera n. 3/CIR/99.

Va evidenziato che le disfunzioni e i ritardi nella lavorazione degli ordinativi e nella registrazione e trasmissione della *voluntas variandi* dell'abbonato, in quanto ostacolano la possibilità di scelta del consumatore, oltre a creare disagi negli utenti finali, fungono da deterrente allo sviluppo della concorrenza.

Ulteriori infrazioni si riscontrano nei seguenti ambiti:

i. gli obblighi informativi imposti agli operatori in merito ai servizi di informazione abbonati (delibera n. 15/04/CIR);

ii. le modalità di variazione delle condizioni contrattuali di abbonamenti e servizi prepagati;

iii. la violazione di obblighi di comunicazione di dati richiesti dall'Autorità.

Al fine di assicurare un'adeguata efficacia delle norme sanzionatorie presenti nel Codice delle comunicazioni elettroniche, onde preservarne la funzione deterrente, l'Autorità ha segnalato al Governo l'esigenza di un intervento legislativo a modifica dell'articolo 98 del decreto legislativo n. 259/2003.

Tale istanza è stata recepita nel decreto legge 3 ottobre 2006, n. 262, recante disposizioni urgenti in materia tributaria e finanziaria, poi convertito nella legge 4 novembre 2006 n. 286, che ha decuplicato l'importo delle sanzioni pecuniarie stabilite dalla suddetta norma e, con l'aggiunta del comma 17*bis*, ha escluso l'applicabilità dell'istituto del pagamento in misura ridotta della sanzione, di cui all'articolo 16 della legge 24 novembre 1981, n. 689, per i procedimenti sanzionatori di competenza dell'Autorità (cfr. paragrafo 1.2.6).

### **Attività risolutiva di controversie**

Per quanto inerisce l'attività risolutiva di controversie, disciplinata dal regolamento approvato con delibera n. 182/02/CONS, come modificato dalle delibere n. 307/03/CONS e 137/06/CONS, sono state ricevute più di 600 istanze per l'esperimento del tentativo obbligatorio di conciliazione, ai sensi degli articoli 3 e 6 del medesimo regolamento, per le quali sono state fornite informazioni e delucidazioni ai consumatori. In particolare, si è indicato il Co.re.com. territorialmente competente oppure, ove quest'ultimo non risultasse ancora attivo, altro organismo non giurisdizionale di risoluzione delle controversie territorialmente competente in materia di consumo, che rispettasse i principi sanciti dalla raccomandazione della Commissione 2001/310/CE.

Le istanze di deferimento delle controversie presentate all'Autorità, ai sensi dell'articolo 13 della citata delibera n. 182/02/CONS, sono state 388: di queste, 96 si sono concluse con una decisione adottata dall'Autorità e 141 con il raggiungimento di un accordo transattivo in sede di udienza di discussione o prima della medesima, con conseguente rinuncia dell'istante al prosieguo del procedimento (tabella 2.23).

**Tabella 2.23.** Attività di risoluzione extragiudiziale di controversie

	Pervenute	Concluse con provvedimento		Concluse*	Improcedibili	In corso
		non luogo a provvedere	definizioni nel merito			
<b>2006</b>						
<b>(1/5 al 31/12)</b>	227	38 (55)**	17	111	22	150
<b>2007</b>						
<b>(1/1 al 30/4)</b>	161	30 (41)***	11	30	8	120

\* In udienza di discussione/accordo prima dell'udienza, rinuncia.

\*\* Controversie concluse nel 2006 (riferite a istanze presentate nel 2006 o precedentemente).

\*\*\* Controversie concluse nel 2007 (riferite a istanze presentate nel 2007 o precedentemente).

Fonte: Autorità

Le richieste di provvedimento temporaneo in materia di sospensione del servizio, pervenute ai sensi dell'articolo 5 del regolamento su menzionato, sono state, invece, circa 800. Anche in questo caso, dove previsto, sono stati attivati i Co.re.com. territorialmente competenti. Nella quasi totalità dei casi c'è stato l'adeguamento spontaneo dell'operatore a seguito della richiesta; solo in 22 casi l'Autorità medesima ha proceduto ad adottare il provvedimento temporaneo. In un solo caso, infine, si è riscontrata la mancata ottemperanza al provvedimento dell'Autorità, con conseguente apertura di un procedimento sanzionatorio per la violazione dell'articolo 1, comma 31, della legge n. 249/1997.

Analogamente, è stato avviato, un procedimento sanzionatorio per mancata ottemperanza a un provvedimento temporaneo adottato dal Co.re.com. Emilia Romagna, conclusosi con una delibera di archiviazione per intervenuta oblazione.

L'Autorità ha, inoltre, varato una modifica del regolamento n. 182/02/CONS, che ha portato all'approvazione, il 19 aprile 2007, della delibera n. 173/07/CONS, recante il nuovo regolamento di procedura per la risoluzione delle controversie tra utenti e operatori di comunicazione elettronica.

Frutto di un proficuo confronto con tutti i soggetti coinvolti (Co.re.com., Consiglio nazionale utenti, associazioni di consumatori, operatori) il nuovo regolamento, oltre a tener conto del mutato quadro normativo e regolamentare, mira a risolvere le criticità emerse nell'applicazione, negli anni passati, della delibera n. 182/02/CONS.

In particolare, è stata inserita una serie di norme volta a snellire lo svolgimento del procedimento, impedendo tecniche dilatorie e favorendo lo sviluppo di procedure conciliative improntate alla celerità.

L'offerta di fori di conciliazione è stata, poi, allargata anche alle procedure paritetiche che vedono la partecipazione delle associazioni di consumatori rappresentative a livello nazionale, assicurando, così, una copertura ancor più capillare del territorio, a beneficio degli utenti.

Inoltre, sono state semplificate le modalità per la presentazione dell'istanza e lo scambio di comunicazioni, nonché la forma per la procura a rappresentare le parti in udienza; si è provveduto a dare certezza ai tempi della procedura e a porre precisi limiti alla facoltà degli operatori di sospendere il servizio in caso di addebiti contestati.

Infine, sempre in ottica di avvicinamento ai cittadini e sulla scorta degli ottimi risultati conseguiti col decentramento anche della potestà di adottare provvedimenti temporanei, è stata prevista la delega ai Co.re.com. anche dell'attività di definizione delle controversie con atto vincolante.

### ***Principali delibere approvate in seguito alle criticità rilevate nell'espletamento dell'attività sanzionatoria, risolutiva di controversie e ricognitiva di segnalazioni***

In relazione alle numerose problematiche relative ai servizi a tariffazione specifica, come ad esempio i cosiddetti servizi *audiotex*, l'Autorità, ha avviato un procedimento (delibera n. 660/06/CONS) in materia di trasparenza della bolletta telefonica e di blocco selettivo di chiamata. L'obiettivo è quello di rafforzare la tutela dell'utenza attraverso misure specifiche, quali la modalità di fatturazione separata, che distingua chiaramente tra i servizi di telefonia e i servizi a sovrapprezzo. La norma si ripropone, inol-

tre, di definire una disciplina organica del blocco selettivo di chiamata, prevedendone l'attivazione gratuita, sia nella modalità permanente, sia in quella con codice PIN.

In tema di qualità dei servizi, l'Autorità ha concentrato la propria attenzione sui servizi per l'accesso a Internet, adottando la delibera n. 131/06/CSP, ovvero la direttiva in materia di qualità e carte dei servizi di accesso a Internet da postazione fissa. Alla luce di tale direttiva, sono stati avviati i lavori per definire un innovativo sistema di misurazione per rilevare i parametri più significativi che caratterizzano l'accesso a internet, tra i quali la banda trasmissiva effettivamente offerta dagli operatori e i ritardi di trasmissione.

E' stato, altresì, avviato il procedimento per l'attuazione dell'articolo 61, comma 4, del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, relativo alla fissazione degli obiettivi di qualità per le imprese assoggettate agli obblighi del servizio universale per l'anno 2007.

Sono, inoltre, state avviate, nell'ambito del procedimento di revisione della delibera n. 254/04/CSP, concernente la qualità di servizio per la telefonia fissa, anche le attività per valutare la qualità dei servizi telefonici tenendo in considerazione anche quelli basati sulla tecnologia voce su protocollo IP (VoIP). Tali attività vedono la partecipazione oltre che degli operatori e delle Associazioni dei consumatori anche dell'Istituto superiore delle comunicazioni e delle tecnologie dell'informazione del Ministero delle comunicazioni, della Fondazione Ugo Bordoni e del dipartimento INFOCOM dell'Università di Roma "La Sapienza".

Infine, sempre in tema di qualità, nel mese di giugno 2007, l'Autorità ha avviato una consultazione pubblica per l'emanazione di una specifica direttiva inerente la qualità dei servizi resi dai *call center* nel settore delle comunicazioni elettroniche, per dare impulso al miglioramento degli *standard* qualitativi dei relativi servizi forniti dagli operatori, anche in risposta alle istanze delle associazioni dei consumatori.

La direttiva, facendo leva, tra l'altro, sulla definizione di precisi criteri di comportamento dell'operatore del *call center*, sarà finalizzata ad assicurare che siano rispettati i diritti degli utenti quando accedono al servizio, garantendo anche l'accessibilità da parte degli utenti sordi.

A fine 2006, con la delibera n. 664/06/CONS, l'Autorità ha adottato il regolamento per la tutela degli utenti in materia di contratti a distanza conclusi per la fornitura di servizi di comunicazione elettronica, che ha introdotto maggiore trasparenza e certezza giuridica per questo tipo di contratti al fine di contrastare l'attivazione di servizi non richiesti da parte del consumatore o la modificazione delle condizioni inizialmente pattuite.

La suddetta delibera, sulla scorta delle disposizioni contenute nel codice del consumo e nel codice delle comunicazioni elettroniche, ha introdotto una chiara disciplina dei contratti a distanza nelle diverse fasi della loro conclusione (proposta - informazione - contatto - perfezionamento mediante acquisizione del consenso informato), garantendo una più efficace tutela dell'utenza attraverso, tra l'altro:

a. la previsione espressa dell'obbligo di fornire al potenziale cliente, in caso di proposta telefonica, precise informazioni riguardo al proponente, alla società per conto della quale avviene il contatto telefonico, allo scopo del contatto telefonico, nonché, in caso di inequivoca volontà di adesione alla proposta manifestata, al numero assegnato alla relativa pratica;

b. l'obbligo di dare al cliente certezza giuridica dell'avvenuta conclusione del contratto, mediante l'acquisizione del consenso informato con la registrazione integrale della conversazione telefonica, e l'invio al recapito indicato dall'utente di uno specifico modulo di conferma, non oltre lo stesso giorno in cui il contratto inizia a esplicare i suoi effetti;

c. la specifica garanzia di regolarità e continuità nell'erogazione del servizio mediante il divieto assoluto di sospensione dello stesso a fronte del mancato o ritardato pagamento;

d. il divieto di fornire beni o servizi di comunicazione elettronica diversi da quelli espressamente concordati con l'obbligo, nel caso ciò avvenga, per gli operatori di provvedere, a loro spese, al ripristino delle condizioni preesistenti, senza che nessun corrispettivo possa essere addebitato al cliente.

Dopo l'entrata in vigore della suddetta normativa, i casi di servizi di comunicazioni elettroniche non richiesti oggetto di segnalazione risultano essere diminuiti.

Nell'era della convergenza il consumatore finale è esposto sia ad un *marketing* continuo e a volte aggressivo, che si avvale di modalità a distanza per l'adesione ai contratti, sia ad opzioni di scelta tanto molteplici e variegate, quanto complesse da valutare e comparare, ove si consideri che un crescente numero di servizi è frutto dell'evoluzione di almeno tre tipi di integrazione, quella tra fisso e mobile, tra voce e dati, tra servizi e terminali di fruizione. A ciò si aggiungono campagne pubblicitarie di dimensioni imponenti e non sempre corrette che contribuiscono a rendere la comparazione e la valutazione delle offerte sempre più ostiche all'utente medio.

Il 23 febbraio 2007, in seguito al varo del decreto legge n. 7 del 31 gennaio 2007, cd. decreto Bersani, poi convertito dalla legge n. 40/2007, l'Autorità ha adottato la delibera n. 96/07/CONS. Quest'ultima, in attuazione dell'articolo 1, comma 2, del suddetto decreto, prevede misure volte a rafforzare la trasparenza delle condizioni relative alle offerte tariffarie degli operatori della telefonia, sia fissa, sia mobile, rendendole più chiare e analitiche. In particolare, l'Autorità ha individuato tutte le componenti del traffico telefonico che determinano il prezzo al consumatore finale, disponendo che ne venga data evidente indicazione nelle offerte. Inoltre, per ambedue i servizi di fonia, fissa e mobile, sono state individuate soglie di tempo, espresse in minuti, in corrispondenza delle quali gli operatori devono specificare il prezzo complessivo della chiamata. Analoghe disposizioni valgono per le offerte *flat*, per gli SMS e per le connessioni a Internet. A necessario completamento di tali misure, la delibera dispone obblighi di pubblicità e trasparenza. Infatti, le voci di costo di ogni offerta, così come individuate dall'Autorità, devono essere riportate in un prospetto informativo allegato a ciascuna offerta, che deve essere evidenziato nel sito web di ciascun operatore con apposito *link* visibile nella *home page*, (cfr paragrafo 4.6) nonché reso disponibile nei punti di vendita. Tale prospetto, inoltre, su richiesta del consumatore, deve essere fornito in formato cartaceo o elettronico, in qualsiasi momento.

Sulla scia della legge n. 40/2007, la regolazione sulla trasparenza delle condizioni generali ed economiche di offerta dei servizi è stata completata con l'adozione della delibera n. 126/07/CONS volta a facilitare le scelte del consumatore tra le innumerevoli offerte presenti sul mercato. A tal fine, è previsto, tra l'altro, l'accreditamento di motori di calcolo indipendenti (dagli operatori) che consentano di paragonare le offerte presenti sul mercato e scegliere quelle più confacenti o convenienti in base al proprio profilo di consumo.

Oltre che con atti regolamentari, l'Autorità ha dato tempestiva attuazione alle esigenze di trasparenza ed effettivo soddisfacimento dei consumatori introdotte dalla legge n. 40/2007, attraverso lo svolgimento dell'attività ispettiva, nonché attraverso un programma di intensa vigilanza e monitoraggio sulle attività di *compliance* alle modifiche introdotte da tale legge in materia di diritto di recesso dell'utente, abolizione dei costi di ricarica, rimborso del credito residuo anche in regime di portabilità del numero mobile.

A tal fine, è stata istituita un'apposita Unità interdisciplinare di vigilanza.

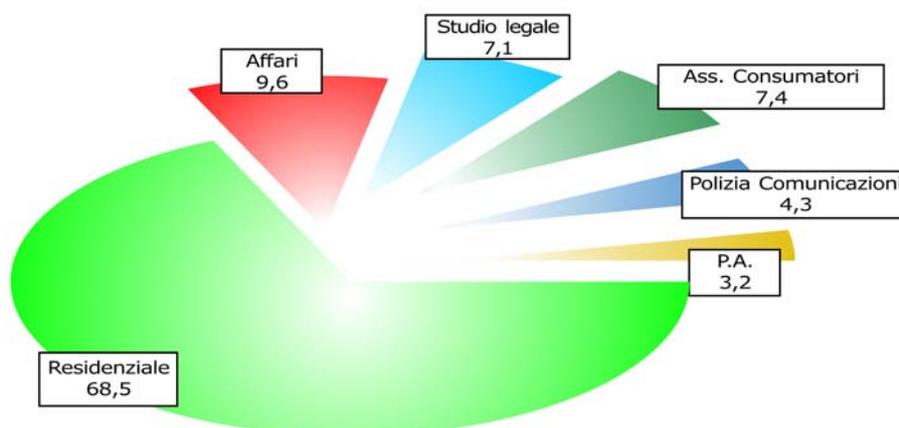
### **Attività svolta dall'Ufficio gestione segnalazioni e vigilanza**

Nell'ambito della Direzione tutela dei consumatori dell'Autorità opera l'Ufficio gestione segnalazioni e vigilanza, destinatario di un elevato numero di denunce, segnalazioni e quesiti avanzati da consumatori, enti pubblici, associazioni rappresentative degli utenti. Nel corso dell'anno 2006, il numero delle segnalazioni è più che raddoppiato rispetto all'anno precedente: ne sono, infatti, pervenute circa 30.000, costituite in maggioranza da copie di reclami.

Tali comunicazioni e, in particolare, quelle aventi contenuto di denuncia, hanno anche permesso di effettuare un'attenta analisi al fine di monitorare le esigenze e le problematiche esistenti nel rapporto fra consumatori e fornitori di servizi di comunicazione elettronica.

La figura 2.4 evidenzia il profilo dell'utenza che rivolge all'Autorità le proprie segnalazioni.

**Figura 2.4.** Segnalazioni analizzate suddivise per tipologia di segnalante



Fonte: elaborazioni Autorità

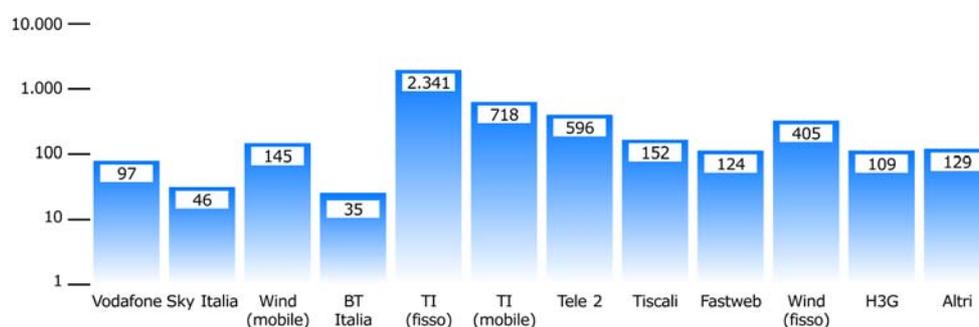
In linea con quanto emerso dagli esiti dell'attività sanzionatoria, le maggiori problematiche monitorate hanno messo in evidenza il permanere di criticità nell'ambito dell'attivazione di servizi non richiesti, dell'erogazione di servizi a tariffazione specifica, della qualità dei servizi, in particolar modo con riferimento ai ritardi nella fornitura del servizio di portabilità del numero fisso e mobile (tabella 2.24).

**Tabella 2.24.** Segnalazioni analizzate suddivise per tipologia di problematica segnalata

Tipo Segnalazione	Quantità
Attivazione di servizi non richiesti	1252
Denunce su servizi a tariffazione specifica (su numerazioni 199, 899, 892, etc., messaggistica, SMS) non richiesti	1081
Mancata portabilità del numero mobile e fisso	564
Contestazione addebiti - prezzi e canoni non applicati correttamente - modifica unilaterale delle tariffe	561
Scarsa qualità del servizio - guasti e tempi di riparazione	226
Interruzione o disattivazione non richiesta del servizio	222
Mancata disattivazione del servizio in seguito a disdetta/recesso	215
Linea ADSL occupata da altro operatore	198
Mancata attivazione del servizio richiesto	183
Mancato rispetto della carta dei servizi e delibera 179 - informazioni non fornite in modo esaustivo	131
Servizio universale (linea fonia), traslochi, telefonia pubblica	55
Altro: SIM Card, clonazione cellulari, subentri, etc.	53
Aspetti contrattuali vari e clausole denunciate come vessatorie	45
Problematiche non di competenza dell'Autorità	31
Problematiche relative al <i>decoder</i> e alla <i>pay tv</i>	27
Problematiche relative al mobile prepagato	15
Problemi relativi alle infrastrutture di telecomunicazioni	10
Problematiche relative agli elenchi telefonici	8
Problematiche relative al rientro in Telecom da ULL	7
Documentazione del traffico non accolta	4
<i>Roaming</i> e copertura	5
Problematiche relative ai canoni sociali	4

Fonte: elaborazioni Autorità

Gli operatori maggiormente chiamati in causa nelle segnalazioni degli utenti sono, come attesta la figura 2.5, Telecom Italia (con i due marchi Telecom Italia e Telecom Italia Mobile), Tele2 e Wind.

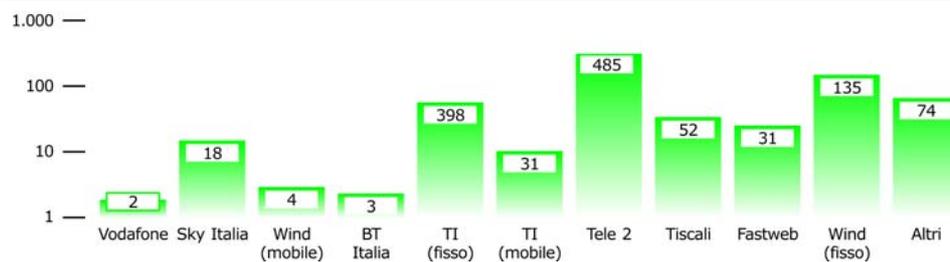
**Figura 2.5.** Segnalazioni analizzate suddivise per operatore

Fonte: elaborazioni Autorità

Le problematiche emergenti dall'analisi complessiva delle segnalazioni possono così essere riepilogate:

- a. attivazione di servizi non richiesti e, in particolare (figura 2.6):
  - i. la modifica di piani tariffari, senza ottemperare alle procedure previste dalla delibera n. 179/03/CSP e dall'articolo 70, comma 4, del codice delle comunicazioni elettroniche che prevedono un preavviso di minimo 30 giorni per le modifiche delle condizioni contrattuali;
  - ii. la fornitura di servizi supplementari non richiesti, quali ad esempio segreterie telefoniche, ADSL, telefoni *cordless*;
  - iii. l'attivazione della *Carrier Pre Selection* (CPS) da parte di un operatore alternativo (OLO), senza che siano state rispettate le procedure di rilascio del consenso da parte dell'utente;
  - iv. la trasformazione, senza esplicita richiesta, della *Carrier Selection* (CS) in *Carrier Pre Selection* (CPS);
  - v. la fornitura del servizio telefonico da parte di un operatore alternativo in *local loop unbundling* (ULL) senza specifica richiesta da parte del cliente;
  - vi. la dismissione, non autorizzata, della CPS attiva con un operatore alternativo (OLO).

**Figura 2.6.** Servizi non richiesti attribuiti unilateralmente dall'operatore



Fonte: elaborazioni Autorità

L'analisi sistematica delle segnalazioni degli utenti riguardanti gli aspetti sopra citati, con la conseguente catalogazione in un apposito *database*, ha permesso di avviare attività di vigilanza anche con ispezioni presso le società, talvolta con l'ausilio della Guardia di Finanza e/o della Polizia delle comunicazioni (cfr. paragrafo 3.7), al fine di effettuare verifiche sulle attivazioni di servizi denunciate dai consumatori come fraudolente o irregolari. Sulla base di tali attività è stato dato avvio ad alcuni procedimenti sanzionatori.

- b. Lunghi tempi d'attesa per la portabilità del numero fra operatori mobili:

la portabilità del numero mobile (*Mobile Number Portability* - MNP) consente, all'utente che decide di rivolgersi a un diverso operatore per la fornitura dei servizi di telefonia mobile, voce e dati, di conservare il proprio numero telefonico.

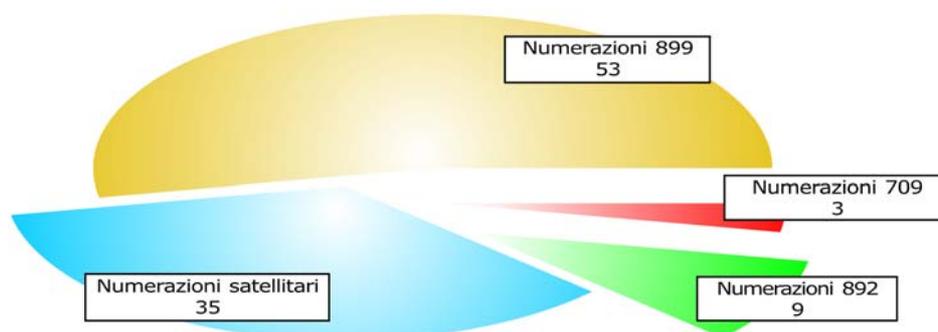
Nel corso della prima metà del 2006, il monitoraggio, sulla base segnalazioni degli utenti, ha messo in evidenza problemi riguardanti i lunghi tempi di migrazione delle utenze mobili dagli operatori aventi maggior forza di mercato (TIM e Vodafone)

verso gli altri operatori e, in particolare, verso l'operatore H3G. L'Autorità, dopo aver invitato, senza ottenere significativi risultati, gli operatori a modificare l'accordo esistente tra gli stessi al fine di innalzare i tetti massimi giornalieri di numeri portati, ha disposto l'innalzamento degli stessi portandoli a 9000/giorno. Ciò ha ridotto drasticamente le inefficienze esistenti, infatti, si sono ampiamente ridotte le segnalazioni relative ai lunghi tempi di attesa della MNP. L'Autorità ha provveduto anche a disciplinare la questione legata allo sblocco della cosiddetta 'SIM Look', che consiste nella fornitura di una SIM utilizzabile esclusivamente per i servizi offerti da uno specifico operatore per un certo periodo di tempo.

c. Problematiche relative alle truffe effettuate sulle numerazioni per servizi *audiotex*:

un aspetto considerevole hanno assunto, nel corso del 2006, le segnalazioni degli utenti riguardanti la denuncia di traffico che il reclamante dichiara di non aver mai effettuato, in particolare, verso codici a tariffazione specifica (899, 892, 164, 166 e numerazioni satellitari). In tal caso l'utente che presenta la denuncia all'Autorità giudiziaria può, in base all'articolo 10 della delibera n. 179/03/CSP, stornare il traffico avente origine fraudolenta fino alla definizione della controversia. La figura 2.7 riporta le segnalazioni di presunte truffe, suddivise per tipologia.

**Figura 2.7.** Segnalazioni relative al disconoscimento di comunicazioni riguardanti numerazioni per servizi a valore aggiunto e satellitari



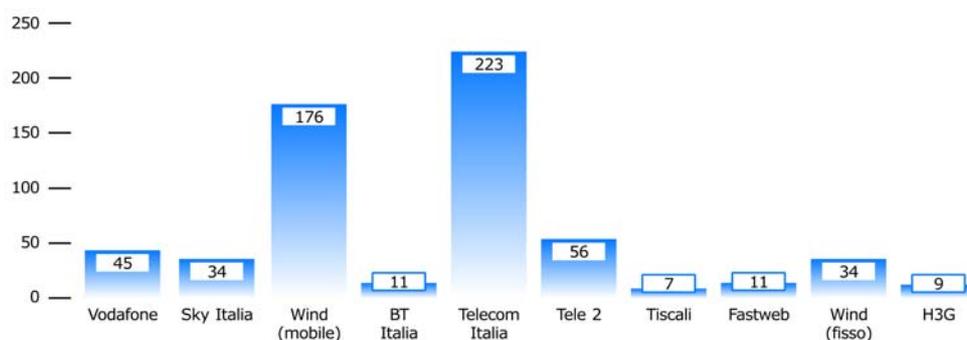
Fonte: elaborazioni Autorità

d. Problematiche relative al rapporto contrattuale tra consumatore e operatore:

la tipologia di segnalazioni e denunce riguardanti le problematiche relative al rapporto contrattuale tra consumatore e operatore si riferisce soprattutto ai rapporti economico/gestionali del contratto di servizio tra consumatore e operatore. Tale casistica può riguardare sia aspetti aventi caratteristica di natura civilistica, che quindi possono essere risolti attraverso le opportune procedure di conciliazione, sia aspetti di vigilanza dovuti alla mancata osservanza delle previsioni della carta dei servizi da parte dell'operatore. Anche in questo caso, l'attività di vigilanza, sia attraverso richieste documentali, che attraverso ispezioni presso l'operatore ha dato origine all'avvio di procedimenti sanzionatori per l'inosservanza della delibera n. 179/03/CSP recante "Direttiva in materia di qualità e carte dei servizi" e ha portato ad adottare, da parte degli operatori, comportamenti conformi alla normativa in vigore.

La figura 2.8 riporta le segnalazioni relative a rapporti di natura contrattuale, suddivise per operatore.

**Figura 2.8.** Segnalazioni relative a rapporti di natura contrattuale con l'operatore



Fonte: elaborazioni Autorità

e. Problematiche relative alla mancata copertura territoriale di servizi a larga banda (XDSL) e/o alla mancata attivazione del servizio universale:

sono numerose le segnalazioni di enti pubblici, comuni e singoli cittadini che lamentano la mancanza di copertura di servizio xDSL in alcune zone del paese. Tuttavia, l'attuale regolamentazione impone esclusivamente l'obbligo, per la società Telecom Italia, di fornire a chiunque sul territorio nazionale i servizi compresi nell'ambito del servizio universale, mentre, non vi è, allo stato, alcuna norma che obblighi, a fornire, sull'intero territorio nazionale, i servizi a banda larga.

### **Le relazioni con il pubblico**

L'Ufficio gestione segnalazioni e vigilanza fornisce anche informazioni telefoniche agli utenti e alle Associazioni. Le richieste degli utenti riguardano informazioni sulla fornitura e l'erogazione dei servizi di comunicazione elettronica, nonché sulle modalità di risoluzione di conflitti con gli operatori. Il numero delle richieste che pervengono mensilmente raggiunge le diverse centinaia, con una tendenza costante di crescita, prevalentemente sui seguenti temi:

- i. le linee ADSL, con particolare riferimento alla scarsità di risorse in alcune zone del territorio nazionale;
- ii. il servizio di *Mobile Number Portability* (MNP) in relazione, soprattutto, ai ritardi nella fornitura;
- iii. le denunce di attivazione di servizi non richiesti;
- iv. la richiesta di informazioni circa il nuovo sistema di numerazione;
- v. richieste di chiarimenti circa le connessioni alla rete internet realizzate senza consenso dell'utente o relative alle modalità inerenti al blocco selettivo delle chiamate;
- vi. le modalità di espletamento del tentativo obbligatorio di conciliazione.

L'Autorità, al fine di consentire un miglior rapporto con i cittadini/utenti e di offrire loro una concreta possibilità di dialogo, ha avviato le procedure per l'affidamento

di un servizio di *Contact Center* Multicanale, che costituirà il *front end* tra l'Autorità e i cittadini stessi.

Compito del *call center* sarà quello di accogliere le segnalazioni e rispondere alle domande più frequenti, nonché smistare a un apposito *back office*, costituito da personale dell'Autorità, le richieste di informazioni e le segnalazioni più complesse.

## ■ 2.15. La tutela giurisdizionale

Dal 1° maggio 2006 al 30 aprile 2007, sono stati depositati al Tribunale amministrativo regionale del Lazio 90 ricorsi giurisdizionali avverso provvedimenti dell'Autorità, dei quali 37 ricorsi in materia di telecomunicazioni, 3 in materia di parità di accesso ai mezzi di comunicazione di massa (c.d. *par condicio*), 3 in materia di organizzazione, 8 in materia di personale, 39 in materia di audiovisivo.

Nello stesso periodo sono state inoltre sottoposte a tale Tribunale 38 istanze cautelari, delle quali 8 sono state rigettate, mentre la trattazione delle rimanenti è stata rinviata al merito (nessuna di esse è stata quindi accolta).

Nel periodo di riferimento sono stati altresì proposti 9 ricorsi in appello dinanzi al Consiglio di Stato, dei quali 1 in materia di audiovisivo, 2 in materia di telecomunicazioni, 3 in materia di personale, 3 in materia di organizzazione e funzionamento.

Il Consiglio di Stato, nel periodo in esame, ha accolto 30 istanze di revoca di ordinanze di sospensione cautelare (con esito favorevole all'Autorità)<sup>17</sup>.

Nello stesso periodo sono intervenute rilevanti decisioni di merito, con le quali il Giudice amministrativo ha definito molteplici controversie - instaurate, naturalmente, anche prima del periodo di riferimento - , così tracciando nelle materie inerenti all'attività istituzionale dell'Autorità importanti indirizzi.

Nel merito sono stati complessivamente decisi 46 ricorsi dal TAR del Lazio, dei quali 30 respinti e i restanti 16 accolti (di cui 10 accolti solo parzialmente); al Consiglio di Stato sono stati invece decisi 11 giudizi di appello, dei quali 5 respinti (con esito favorevole all'Autorità) e 6 accolti (con esito sfavorevole all'Autorità).

In particolare, in materia di posizioni dominanti, il TAR del Lazio, sezione IIIter, con sentenza n. 2235 del 8 marzo 2007 ha respinto i ricorsi promossi dalla Rai avverso la delibera n. 136/05/CONS, con la quale l'Autorità aveva individuato, ai sensi degli articoli 14 e 15 della legge 3 maggio 2004 n. 112, i soggetti in posizione dominante nel settore delle comunicazioni imponendo loro una serie di misure volte al riequilibrio del mercato, e la connessa n. 322/06/CONS, di approvazione del piano di digitalizzazione di Rai ed RTI.

<sup>17</sup> Si tratta di istanze avanzate nei giudizi d'appello promossi avverso le sentenze del TAR del Lazio che hanno respinto i ricorsi a suo tempo proposti per l'annullamento della delibera n. 34/05/CSP, di modifica del regolamento in materia di pubblicità televisiva e di televendite. Il Consiglio di Stato ha accolto tali istanze di revoca, considerando che il "differimento dell'udienza di merito fa venir meno il giudizio di prevalenza dell'interesse della parte privata" espresso con le precedenti ordinanze di sospensione cautelare, e che, "in attesa della definizione del merito della causa appare prevalente l'interesse pubblico a tenere fermi i principi affermati nell'impugnata sentenza".

Il Giudice amministrativo nella citata pronuncia ha affermato i seguenti principi:

i. le disposizioni c.d. *antitrust* di cui agli articoli 14 e 15 della legge n. 112/2004 (tese a prevenire e rimuovere eventuali posizioni dominanti e/o comunque lesive del pluralismo nel Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC) e nei mercati rilevanti che lo compongono) si applicano a tutti gli Operatori che interagiscono in detto sistema, a prescindere dalla loro natura giuridica, pubblica o privata. Pertanto, con riguardo al mercato radiotelevisivo, lo *status* di Concessionario del pubblico servizio non esime tale soggetto dalla verifica in ordine alla sussistenza di una posizione dominante, condotta dall'Autorità ex articolo 14, comma 2, legge n. 112/2004, posto che anche il Concessionario del pubblico servizio è tenuto al rispetto del principio del pluralismo e all'osservanza delle regole dettate a sua tutela;

ii. la circostanza che l'attività del Concessionario del pubblico servizio sia regolata dalla convenzione per la concessione del servizio e dal contratto di servizio integrativo non priva l'Autorità del potere di imporre, a tutela del pluralismo nel mercato radiotelevisivo, anche nei riguardi di tale soggetto, le misure rimediali di cui all'articolo 2, comma 7, della legge n. 249/1997. Difatti il contratto di servizio, avendo natura pattizia, deve conformarsi alle regole e ai principi fissati dalla normativa statale e comunitaria, nonché alle determinazioni di detta Autorità, in qualità di organismo deputato ad assicurare il rispetto di dette disposizioni a tutela di interessi superiori a quelli propri delle parti stipulanti il predetto contratto;

iii. l'Autorità, in sede di verifica di una posizione dominante nel mercato radiotelevisivo e delle relative fonti di finanziamento, ex articolo 14, comma 2, della legge n. 112/2004, può legittimamente computare anche il canone Rai ai fini dell'analisi del mercato rilevante. Difatti, tale impostazione oltre a non essere in contraddizione con la circostanza che detto canone non sia un elemento contendibile (in quanto *ex lege* riservato solo alla concessionaria del servizio pubblico), appare confermata dall'articolo 15, comma 3, della legge n. 112/2004, che, con riguardo al Sistema Integrato delle Comunicazioni, del quale il mercato radiotelevisivo costituisce parte integrante, inserisce detto canone tra i ricavi che concorrono a determinare il limite del 20% imposto a tutti gli operatori, a tutela del pluralismo.

Sempre in materia di divieto di posizioni dominanti nel settore delle comunicazioni di massa, nel periodo in riferimento il Consiglio di Stato, sezione VI, con le sentenze numero 5460, 5461 e 5462 del 19 settembre 2006, ha confermato le sentenze del TAR del Lazio di accoglimento dei ricorsi proposti da RTI, Publitalia 80 e Rai per l'annullamento delle delibere n. 150/05/CONS, n. 151/05/CONS e n. 152/05/CONS, con le quali l'Autorità aveva irrogato sanzioni amministrative pecuniarie pari al 2% del fatturato nel settore pubblicitario realizzato dalle ricorrenti nell'esercizio 2003 per la violazione del richiamo a non porre in essere comportamenti contrari all'articolo 2 della legge n. 249/1997, che stabilisce appunto il divieto di posizioni dominanti (TAR, sezione II, sentenze numero 13766-7-8/05). I giudici di palazzo Spada hanno, pertanto, ribadito che il richiamo da parte dell'Autorità a non porre in essere comportamenti vietati dall'articolo 2 della legge n. 249/1997, concretandosi, in sostanza, in un mero richiamo a osservare una specifica disposizione di legge già di per sé inderogabile, vincolante e imperativa, non è ascrivibile tra gli atti amministrativi aventi natura coercitiva la cui inosservanza è sanzionata con l'irrogazione della pena pecuniaria di cui all'articolo 1, comma 31, della legge n. 249/1997.

In materia radiotelevisiva, il TAR del Lazio, sezione IIIter, con sentenza n. 3375 del 18 aprile 2007 ha respinto il ricorso di Europa TV avverso il provvedimento del Ministero delle comunicazioni, emesso su parere dell'Autorità, avente a oggetto il pagamento del canone concessorio ai sensi dell'articolo 2, primo comma, del decreto interministeriale (Ministeri del tesoro, delle finanze e delle comunicazioni) 23 ottobre 2000. Con tale sentenza il Collegio, nel confermare la correttezza della base di calcolo individuata dall'Autorità ai fini del pagamento del canone, ha specificato che, ai fini dell'accertamento delle attività riconducibili alla locuzione "attività radiotelevisiva", sulla quale si computa il canone annuo, si deve tenere conto non solo dei ricavi da abbonamenti, pubblicità e sponsorizzazioni per le trasmissioni terrestri (e, quindi, dei proventi strettamente connessi alla titolarità della concessione), ma anche dei ricavi derivanti da servizi su frequenze satellitari e da cessione dei diritti per l'utilizzo di programmi o pacchetti di immagini, a nulla rilevando che possa in ipotesi trattarsi di attività esercitabili anche, in astratto, da soggetti non titolari di concessione.

La stessa sezione del TAR del Lazio si è, inoltre, pronunciata, con la sentenza n. 13415 del 30 novembre 2006, su di un ricorso proposto dall'emittente Rete A avverso il diniego opposto dal Ministero delle comunicazioni sulla richiesta di assegnazione di frequenze disponibili ex articolo 3, comma 8, legge n. 249/97, nonché contro la nota con cui il Direttore del Dipartimento regolamentazione dell'Autorità aveva declinato la competenza relativa all'assegnazione predetta. Il Giudice amministrativo ha dichiarato inammissibile l'impugnativa di tale ultimo provvedimento, mentre ha accolto nel merito il ricorso avverso il diniego ministeriale. Ciò sulla scorta di una complessa argomentazione, alla luce della quale, tra l'altro:

*"non risulta compatibile anzitutto con i principi costituzionali in materia di radio-televisione (ed in particolare con il principio pluralistico ritenuto dal giudice delle leggi il valore costituzionale più importante), oltre che con il riconoscimento dell'etere in termini di bene comune la prospettazione (...) secondo cui l'unica modalità attualmente prevista dall'ordinamento per l'ampliamento delle risorse frequenziali in uso per i singoli concessionari od autorizzati sarebbe quella prevista dall'articolo 23, III comma, della legge n. 112/04 (il c.d. frequency trading), risultando conseguentemente precluso l'incremento della rete anche per le trasmissioni analogiche.*

*(...) L'acquisto delle frequenze risulterebbe consentito solo agli operatori con maggiori potenzialità economiche, determinandosi un vulnus ai principi di pluralismo e di eguaglianza, ed anche, indirettamente, agli articoli 41 e 42 della Costituzione, nella misura in cui il riconoscimento di valore alla sola libertà di iniziativa economica privata si pone in contrasto con i limiti dell'utilità sociale e dell'interesse generale".*

*(...) il principio del c.d. pluralismo esterno, per quanto è dato desumere dall'elaborazione della giurisprudenza costituzionale, si realizza effettivamente allorché in un determinato mercato sono in condizione di operare una pluralità di soggetti, tendenzialmente equivalenti dal punto di vista tecnico ed economico, sì che lo stesso non può ritenersi integrato se vi siano concorrenti deboli, e quindi agevolmente emarginabili (cfr. Corte Costituzionale, 21/7/1981, n. 148; 14/7/1988, n. 826; 7/12/1994, n. 420; 20/11/2002, n. 466).*

*Allo stesso tempo la configurazione dell'etere come bene comune, ma limitato, e perciò non fruibile da tutti, comporta che l'assegnazione delle bande di frequenza sia l'epilogo di un procedimento amministrativo di tipo concessorio (od almeno autorizzatorio); ciò significa (...) che, seppur non sussiste un diritto all'utilizzo del mezzo radio-*

*televisivo, purtuttavia deve essere garantito al soggetto che intenda accedere a detto mezzo, secondo le modalità previste dall'ordinamento, una posizione di eguaglianza (dei punti di partenza) con gli altri concorrenti".*

Con riferimento alla materia della tutela dei minori nel settore radiotelevisivo il TAR del Lazio, sezione, IIIter con sentenza n. 13910/06 del 6 dicembre 2006 ha respinto il ricorso presentato dalla Rai per l'annullamento della delibera n. 133/05/CSP, con la quale le era stata irrogata una sanzione pecuniaria per violazione dell'articolo 10, comma 3, della legge n. 112/2004. Tale disposizione, abrogata con legge n. 37/2006 soltanto in un momento successivo all'irrogazione delle sanzioni da parte dell'Autorità, prevedeva il divieto di utilizzazione di minori di anni quattordici nella diffusione di messaggi pubblicitari. In proposito il Tribunale ha confermato l'interpretazione data dall'Autorità secondo la quale la norma contemplava un "*divieto assoluto di utilizzazione dell'immagine e della interpretazione artistica dei minori di anni quattordici, al fine di evitare ogni possibile strumentalizzazione di tale categoria di soggetti che possa generare suggestioni o effetti emulativi nei confronti degli spettatori destinatari del messaggio, anche con specifico riguardo alla diffusione dei predetti messaggi*".

Sempre in tema di tutela dei minori e stavolta sotto il profilo del divieto di interruzione pubblicitaria durante i cartoni animati destinati ai bambini, il TAR del Lazio, sezione IIIter, nella sentenza n. 9233/06 del 25 settembre 2006, ha confermato la vigenza di tale divieto "*anche dopo l'entrata in vigore del decreto legislativo 177/05, come stabilito dalla stessa Autorità con la delibera 538/01/CSP*". In tale circostanza la Rai aveva sostenuto che per effetto dell'entrata in vigore della cosiddetta "legge Gasparri" sarebbe venuto meno il divieto generale di introduzione di pubblicità nell'ambito dei cartoni animati, recato dall'articolo 8 (ormai abrogato) della precedente legge n. 223/1990, c.d. "legge Mammì", con la conseguenza che sarebbe stato possibile inserire trasmissioni pubblicitarie durante la programmazione di cartoni animati non destinati a un pubblico di bambini, ovvero aventi durata superiore a trenta minuti. Il Tribunale ha tuttavia accolto le opposte tesi dell'Autorità, sostenendo che il decreto legislativo n. 177/2005 ha sì abrogato formalmente l'articolo 8 della legge n. 223/1990, ma tale abrogazione non ha eliminato il divieto *de quo*, il cui contenuto, al contrario, sopravvive in virtù della vigenza della delibera n. 538/01/CSP dell'Autorità.

In tema di pubblicità radiotelevisiva la medesima sezione del TAR del Lazio è intervenuta con le sentenze numero 307 e 308 del 17 gennaio 2007, con le quali ha parzialmente accolto, sotto il profilo procedurale, i ricorsi presentati dalla Rai e conseguentemente annullato le delibere n. 05/06/CSP e n. 06/06/CSP di ordinanza ingiunzione per la violazione del divieto di trasmissione di messaggi pubblicitari non segnalati di cui all'articolo 8, comma 2, della legge n. 223/1990 (trasfuso nell'articolo 4, comma 1, lettera c) del decreto legislativo n. 177/2005 recante "testo unico in materia radiotelevisiva").

A tale riguardo, occorre però evidenziare che con le citate sentenze il Giudice amministrativo ha respinto tutte le doglianze di carattere più sostanziale che erano state formulate dalla ricorrente relativamente alla presunta incompetenza dell'Autorità in materia, affermando chiaramente la configurabilità di una "competenza concorrente" dell'Autorità relativamente alla tematica inerente alla pubblicità clandestina - quand'anche caratterizzata in termini di specialità - rispetto a quella assegnata all'Autorità garante della concorrenza e del mercato ai sensi del decreto legislativo n. 74/1992.

Sulla specifica questione delle interruzioni pubblicitarie negli eventi sportivi è poi intervenuto il Consiglio di Stato, sezione VI, con la sentenza 2 maggio 2006 n. 2446,

ritenendo illegittimo il provvedimento con cui l'Autorità aveva sanzionato un'emittente televisiva per aver inserito interruzioni pubblicitarie consecutive a distanza di tempo inferiore ai 20 minuti nel corso di un evento sportivo privo di intervalli non previsti dalla struttura dell'evento (nella specie, prove di qualifica di una gara di formula 1): il Consiglio ha ritenuto che l'articolo 3, comma 4, della legge n. 122/1998 (che prescrive l'obbligo dell'intervallo temporale di 20 minuti tra una pausa pubblicitaria e l'altra) non si applica agli eventi sportivi per espressa volontà del legislatore in quanto detta disposizione dà per presupposto che il programma al quale si riferisce possa essere interrotto dalla pubblicità nel corso del suo svolgimento (come accade per quelli di cui al terzo e quinto comma), mentre la disciplina delle manifestazioni sportive risulta compiutamente disciplinata dal combinato disposto del primo e secondo comma, ai sensi del quale la salvaguardia della loro integrità è assicurata solo dalla collocazione della pubblicità negli intervalli "tecnici".

In materia di reti e servizi di comunicazione elettronica si evidenziano, innanzitutto, per la rilevanza delle questioni trattate e dei principi di diritto espressi dal Giudice amministrativo, due pronunce favorevoli all'Autorità relative, rispettivamente, alle licenze UMTS e alle controversie tra operatori.

Per quanto specificamente concerne le licenze UMTS, il TAR del Lazio, sezione IIIter, 25 agosto 2006, n. 7509, ha sancito alcuni principi di diritto dalla portata particolarmente ampia. Ci si riferisce, in primo luogo, alla regola secondo la quale deve ritenersi legittima l'imposizione agli assegnatari delle frequenze di obblighi di copertura del territorio come condizione essenziale di uso efficiente di una risorsa – le frequenze, appunto – ontologicamente scarsa. È proprio la scarsità delle frequenze la ragione che giustifica anche il ricorso alle assegnazioni selettive previste dall'articolo 29 del codice delle comunicazioni elettroniche. Dalla regola testé enunciata consegue, altresì, per il Collegio, la legittimità del provvedimento di revoca della licenza UMTS disposta a causa della gravità dell'inadempimento dell'obbligo di copertura del territorio da parte del licenziatario.

Il Collegio ha precisato, inoltre, che la revoca della licenza non si configura quale provvedimento sanzionatorio puro, con mera funzione afflittiva, bensì assolve anche una funzione riparatoria, *rectius* ripristinatoria dello stato di fatto e di diritto preesistente all'illecito, come è dato evincere dall'articolo 32, comma 4, del codice delle comunicazioni elettroniche, ove il provvedimento di ritiro in questione è visto come rimedio all'inefficacia delle misure adottate e volte a porre fine all'infrazione accertata, ripristinando la situazione antecedente (secondo quanto espressamente contemplato dal comma 3 dello stesso articolo 32). Se compete al Ministero delle comunicazioni, ai sensi del combinato disposto dei commi 4 e 2 dell'articolo 32 del codice delle comunicazioni elettroniche, accertare l'inosservanza delle condizioni poste dall'autorizzazione generale o relative ai diritti d'uso, è invece attribuito esclusivamente all'Autorità il compito di accertare l'inosservanza degli obblighi specifici di cui all'articolo 28, comma 2, del Codice delle comunicazioni elettroniche, dettati in materia di accesso e interconnessione.

In tema di controversie tra operatori di comunicazioni elettroniche si segnala, invece, la sentenza del TAR del Lazio, sezione IIIter, 14 dicembre 2006, n. 14517, che ha ribadito la competenza generale dell'Autorità a risolvere le controversie tra operatori in materia di accesso e interconnessione e, in specie, di tariffe di terminazione su rete di operatori alternativi, ai sensi dell'articolo 23, secondo comma, del codice delle

comunicazioni elettroniche, a meno che le parti non abbiano specificamente concordato una deroga a siffatta regola generale.

In quella occasione il Giudice amministrativo non ha, inoltre, mancato di statuire circa la natura ordinatoria del termine di quattro mesi, previsto dall'articolo 23, secondo comma, del codice delle comunicazioni elettroniche, al fine della conclusione del procedimento di risoluzione della controversia tra operatori.

Il Collegio ha, infatti, evidenziato che l'Autorità svolge una funzione paragiurisdizionale e che, pertanto, si estende ai suoi procedimenti la regola secondo la quale nel caso in cui il Giudice depositi una decisione (sentenza, ordinanza, dispositivo, ecc.) oltre i termini previsti dalla legge, non per questo perde il potere di deliberare. Ciò in quanto il termine per tale deposito non è qualificato come perentorio dalla norma che lo introduce, cosicché la sua violazione non può incidere sulla titolarità del potere di decidere o sulla validità della statuizione adottata dopo che è scaduto. Peraltro, anche a voler prescindere dalla natura paragiurisdizionale della delibera con la quale l'Autorità decide la controversia e applicando un principio costantemente affermato dal Giudice amministrativo con precipuo riferimento ai termini che regolano il procedimento amministrativo, la conclusione non cambierebbe. È stato, infatti, chiarito che ove manchi una specifica disposizione che espressamente individui la natura, sollecitatoria o decadenziale, di un termine, questo deve essere qualificato perentorio se dal suo inutile decorso consegue la perdita della possibilità di azione da parte del soggetto a favore del quale quel termine era stato previsto. Nel caso in esame, dall'articolo 23 del codice delle comunicazioni elettroniche non solo non è dato evincere la natura decadenziale del termine di quattro mesi entro il quale l'Autorità deve adottare la decisione ma la previsione, contenuta nel quinto comma dello stesso articolo, della possibilità per le parti di adire il Giudice naturale in pendenza della procedura paragiurisdizionale, lascia intendere proprio il contrario.

Dalla natura paragiurisdizionale della funzione esercitata dall'Autorità ai sensi dell'articolo 23 del codice delle comunicazioni elettroniche il TAR ha tratto, con la medesima sentenza, l'ulteriore corollario della pienezza dell'accesso che le Parti contendenti possono avere sulla reciproca documentazione versata in atti.

In materia di comunicazioni elettroniche si segnala, infine, che nel periodo in riferimento sono recentemente intervenute le prime pronunce di merito del TAR del Lazio in materia di "identificazione e analisi di mercato", destinate ad assumere rilevanza strategica per l'attività dell'Autorità.

A tale proposito giova rammentare che già con la sentenza n. 14279 del 23 novembre 2006 il TAR del Lazio, sezione IIIter, aveva respinto il primo ricorso in materia, promosso dalla società Welcome Italia S.p.A. per l'annullamento della delibera n. 3/06/CONS recante: *"Mercato delle terminazioni di chiamate vocali su singole reti mobili (mercato n. 16 fra quelli identificati nella raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE): Identificazione ed analisi del mercato, valutazione di sussistenza di imprese con significativo potere di mercato ed individuazione degli obblighi regolamentari"*.

Con le sentenze TAR del Lazio, sezione IIIter, 26 aprile 2007, n. 3701 e n. 3702, è stata affermata la legittimità dell'obbligo, imposto all'operatore dominante, di fornitura, a vantaggio degli operatori concorrenti del servizio di rivendita del canone all'ingrosso, nonché dei servizi a esso accessori, presso gli stadi di linea attualmente non aperti ai servizi di accesso disaggregato. Tale misura costituisce, ad avviso del Colle-

gio giudicante, un rimedio efficace al fine di bilanciare due opposti interessi: da un lato, quello di garantire, al maggior numero possibile di Operatori, l'accesso e la permanenza nel mercato della telefonia; dall'altro, quello di assicurare che gli investimenti nelle infrastrutture costituiscano un onere imposto non soltanto all'*incumbent*, ma anche agli operatori più piccoli che si addentrano nel mercato della telefonia.

La pronuncia ha costituito, altresì, l'occasione per l'affermazione del principio che il sindacato del Giudice amministrativo nei confronti delle delibere dell'Autorità in materia di "identificazione e analisi di mercato" incontra dei limiti ontologici: il Collegio ha, infatti, statuito che la natura discrezionale dell'attività posta in essere dall'Autorità nella complessa valutazione e ponderazione dei diversi interessi in gioco può essere sindacata in sede giurisdizionale nei ristretti limiti della illogicità e irragionevolezza manifesta.

Nell'ambito della comunicazione politica e della parità di accesso ai mezzi di comunicazione è stata riconosciuta dal TAR del Lazio, sezione IIIter, con la sentenza 22 giugno 2006, n. 5038 l'attribuzione all'Autorità di una potestà regolamentare attuativa dei principi generali in materia di informazione, anche ove tale potere, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del testo unico della radiotelevisione, sia esercitato per stabilire ulteriori regole volte a *"rendere effettiva l'osservanza dei principi (...) nei programmi di informazione e di propaganda"*.

Con tale pronuncia il TAR ha affermato la legittimità della delibera n. 22/06/CSP, con la quale erano stati dettati i criteri che le emittenti private dovevano rispettare nelle trasmissioni di informazione e negli spazi di informazione e approfondimento nel periodo non elettorale, riconoscendone la compatibilità con le previsioni di portata generale della legge n. 28/2000 e con i principi costituzionali che consentono di imporre precisi limiti "modali" e contenutistici nello svolgimento delle trasmissioni.

Con la sentenza del 2 agosto 2006, n. 6832, il TAR del Lazio, sezione IIIter, ha riconosciuto la valenza immediatamente precettiva delle regole contenute nell'articolo 7, comma 2, del testo unico della radiotelevisione (accesso paritario e imparziale di tutti i soggetti politici alle trasmissioni anche di informazione presentazione veritiera dei fatti, divieto di sponsorizzazione nei notiziari, trasmissione quotidiana di notiziari) e la loro applicabilità sia nel periodo elettorale che in quello non elettorale.

Sulla competenza, attribuita dall'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 10, della legge n. 249/1997 all'Autorità, di accertare che la concessionaria del servizio pubblico rispetti gli indirizzi formulati dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, il TAR del Lazio, sezione IIIter, con sentenza n. 157 del 12 gennaio 2007, pur accogliendo parzialmente il ricorso, ha escluso che l'esercizio di tale potere sia condizionato a una preventiva e puntuale deliberazione della predetta Commissione con la quale si imponga alla Rai il rispetto dell'atto di indirizzo. I Giudici hanno affermato sul punto la *"sussistenza di una precisa volontà del legislatore di abrogare - sia pur tacitamente - l'eventuale previsione di una doppia determinazione della Commissione parlamentare che fosse dettata dalla stessa legge n. 103/75, evidentemente allo scopo di aggiornare i contenuti del pur richiamato articolo 4 al quadro normativo mutato dopo l'istituzione dell'Autorità e gli altri interventi legislativi sopravvenuti in materia"*.

## ■ 2.16. Il conflitto di interessi

Tra le attività condotte in base alle disposizioni della legge 20 luglio 2004, n. 215 ("Legge"), recante "Norme in materia di risoluzione dei conflitti di interessi", nel 2006 ha assunto particolare rilievo il lavoro istruttorio scaturito dall'attività di controllo della programmazione televisiva nazionale che l'Autorità ha effettuato nel corso della campagna elettorale politica, conclusasi, come è noto, con il rinnovo dei due rami del Parlamento e con la conseguente costituzione di un nuovo esecutivo.

Il lavoro istruttorio in tema di conflitto di interessi è risultato interrelato ai provvedimenti deliberati dall'Autorità in materia di *par condicio* in ragione dell'impianto della "Legge" che correla il configurarsi dell'illecito, definito "sostegno privilegiato", alla violazione delle disposizioni sui principi posti a fondamento del sistema radiotelevisivo e alla parità d'accesso ai mezzi di informazione. Nello specifico, la verifica del "sostegno privilegiato" fa seguito all'accertamento della violazione delle disposizioni recate dalle quattro leggi c.d. "parametro", e cioè la legge 6 agosto 1990, n. 223, la legge 31 luglio 1997, n. 249, la legge 22 febbraio 2000, n. 28 e la legge 3 maggio 2004, n. 112.

I provvedimenti deliberati in materia di *par condicio* vanno opportunamente inquadrati nell'ambito di un lavoro più complesso e articolato che, a livello generale, ha consentito una più efficace gestione del periodo elettorale e, per quanto attiene al conflitto di interessi, ha rafforzato la possibilità di vigilanza attraverso l'apporto congiunto di due fattori strategici, l'uno costituito dalla disponibilità di un monitoraggio televisivo continuativo, l'altro rappresentato dalla definizione ed emanazione di un reticolo regolamentare che, almeno in certa misura, ha integrato le generali previsioni della legge n. 215/2004. In termini strettamente operativi, il monitoraggio ha reso possibile la verifica, in tempo reale, delle trasmissioni televisive nazionali, e quindi delle imprese facenti capo a titolari di cariche di Governo, mentre l'azione regolamentare si è rivelata capace di cogliere anche infrazioni ulteriori rispetto a quelle tipizzate dalle disposizioni legislative (legge n. 215/2004 e legge n. 28/2000).

L'accertamento della violazione delle "leggi parametro" è scaturito da una segnalazione pervenuta all'Autorità negli ultimi giorni del mese di dicembre 2005 e da tre successivi procedimenti avviati d'ufficio. I quattro procedimenti hanno dato luogo a provvedimenti che hanno disposto misure ripristinatorie della *par condicio* e l'irrogazione di sanzioni pecuniarie.

In base al regolamento adottato dall'Autorità ai sensi dell'articolo 7, comma 5, della "Legge" (delibera n. 417/04/CONS e successive modificazioni), a seguito dell'accertamento di violazioni della legge n. 28/2000 in materia di *par condicio*, sono stati aperti d'ufficio i procedimenti finalizzati a verificare la sussistenza del "sostegno privilegiato" fornito dalle imprese ai rispettivi titolari, investiti di carica di Governo.

Avendo l'Autorità accertato, all'esito delle risultanze istruttorie, la sussistenza del "sostegno privilegiato" e cioè il configurarsi di forme di vantaggio a favore di titolari di cariche di Governo, sono stati assunti provvedimenti ai sensi dell'articolo 7, comma 3, della "Legge".

Nello specifico, l'Autorità ha valutato che la riscontrata violazione del principio pluralistico posto a fondamento del sistema radiotelevisivo sostanziava in *re ipsa* anche il sostegno privilegiato previsto dalla legge n. 215/2004. Pertanto, la società facente

capo al titolare di carica di Governo è stata diffidata a non riproporre per il futuro il comportamento accertato.

Esaurita l'attività connessa alla fase elettorale, l'Autorità ha provveduto a effettuare le attività di accertamento di cui all'articolo 5 della "Legge", conseguenti alla costituzione del nuovo Governo e relative agli obblighi di comunicazione posti in capo ai titolari di carica di Governo. Nel concreto, l'Autorità verifica le dichiarazioni patrimoniali e di incompatibilità trasmesse, nel rispetto di una precisa tempistica, dai titolari di carica di Governo, accertando l'osservanza dei divieti prescritti in tema di incompatibilità e la correttezza dei dati relativi alle attività patrimoniali, ivi comprese le partecipazioni azionarie, attinenti ai settori delle comunicazioni detenute dai medesimi titolari di carica di Governo.

Dalle verifiche effettuate, sulla base delle banche dati in possesso dell'Autorità, non è emersa alcuna situazione di contrasto con le prescrizioni della "Legge" a carico dei soggetti titolari di cariche di governo. In particolare, non è stata individuata alcuna impresa, attiva nei settori del Sistema Integrato delle Comunicazioni e che edita testate e programmi radiotelevisivi, facente capo ai titolari di cariche di Governo, coniugi e parenti entro il secondo grado - in quanto resi noti all'Autorità - ovvero sottoposta al controllo dei medesimi soggetti. A riguardo va però evidenziato, come ribadito nelle relazioni semestrali in materia di conflitto di interessi, alle quali, peraltro, si rimanda per una più puntuale e analitica conoscenza dell'attività svolta dall'entrata in vigore della legge n. 215/2004 a oggi, che, ove i titolari di cariche di Governo manchino di trasmettere la documentazione prevista o esibiscano dichiarazioni incomplete, l'esercizio dell'attività di controllo posta in capo a questa Autorità può risultare alquanto problematico. Su tale aspetto è in corso un'analisi volta alla modifica del regolamento al fine di prevedere anche l'obbligo di comunicazione negativa, analogamente alla disciplina regolamentare approvata dall'Autorità in materia di incompatibilità e conflitti di interessi.

## ■ 2.17. I casi di incompatibilità *ex lege* 481/1995

L'articolo 2, comma 9, della legge n. 481/1995, istitutiva delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità, prevede che "Per almeno quattro anni dalla cessazione dell'incarico i componenti delle Autorità non possono intrattenere, direttamente o indirettamente, rapporti di collaborazione, di consulenza o di impiego con le imprese operanti nei settori di competenza". La violazione di questo divieto, prosegue il comma, "è punita, salvo che il fatto costituisca reato, con una sanzione pecuniaria pari, nel minimo, alla maggiore somma tra 50 milioni di lire e l'importo del corrispettivo percepito e, nel massimo, alla maggiore somma tra 500 milioni di lire e l'importo del corrispettivo percepito. All'imprenditore che abbia violato tale divieto si applica la sanzione amministrativa pecuniaria pari allo 0,5 % del fatturato e, comunque, non inferiore a 300 milioni di lire e non superiore a 200 miliardi di lire, e, nei casi più gravi o quando il comportamento illecito sia stato reiterato, la revoca dell'atto concessivo o autorizzativo".

L'applicazione di tale disposizione all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni è stata sancita dall'articolo 1, comma 5, della legge 31 luglio 1997, n. 249, secondo il quale "Ai componenti dell'Autorità si applicano le disposizioni di cui all'articolo 2, commi 8, 9, 10 e 11, della legge 14 novembre 1995, n. 481".

L'obiettivo perseguito dal legislatore, come esplicitato dal Consiglio di Stato nel parere n. 3314/2003 del 14 gennaio 2004, va individuato nell'esigenza di introdurre una netta separazione tra i componenti delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità e gli operatori dei rispettivi settori, al fine di neutralizzare ogni sospetto di ingerenza, ovvero di sfruttamento delle conoscenze e delle relazioni maturate nello svolgimento del precedente incarico istituzionale.

Secondo il Consiglio di Stato, la norma suindicata risponde alla duplice *ratio* di evitare, da un lato, che l'esercizio della carica sia inquinato anche solo dal sospetto di future personali utilità, dall'altro lato, che la peculiare esperienza e le relazioni maturate dai componenti delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità, durante lo svolgimento dell'incarico, possano essere utilizzate, dopo la cessazione dell'incarico stesso, da imprese operanti nei rispettivi settori al fine di trarne utili e vantaggi incompatibili con la trasparenza e la parità della competizione nel mercato.

A fine 2005, a seguito della nomina di un ex Commissario dell'Autorità a direttore generale della società Rai Radiotelevisione Italiana S.p.A, l'Autorità ha avviato, per la prima volta, i procedimenti ai sensi dell'articolo 2, comma 9, della legge n. 481/1995, volti all'accertamento dell'incompatibilità prevista dal combinato disposto delle norme sopra richiamate nei confronti dell'ex componente dell'Autorità e della Concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo.

Tali procedimenti hanno fatto seguito al parere n. 4008/2005 reso dal Consiglio di Stato all'Autorità in data 16 dicembre 2005, nel quale il supremo organo di consulenza giuridico - amministrativa ha rilevato che spetta all'Autorità accertare, nel caso di imprese operanti nel settore di propria competenza, la violazione del citato articolo 2, comma 9, della legge n. 481/1995 e, qualora ne ricorrano i presupposti, irrogare le conseguenti sanzioni, avviando il procedimento d'ufficio ove sia stata acquisita notizia di fatti dai quali possa desumersi l'inosservanza della norma.

Del radicamento di tale competenza in capo all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ha tenuto conto il nuovo regolamento in materia di procedure sanzionatorie approvato con delibera n. 136/06/CONS del 15 marzo 2006, il cui articolo 3, comma 2, prevede che "la competenza di cui al comma 9 dell'articolo 2 della legge 14 novembre 1995, n. 481, è esercitata dal Servizio comunicazione politica e risoluzione di conflitti di interesse".

Sulla base di tale quadro normativo e dopo un complesso *iter* istruttorio, i citati procedimenti si sono conclusi con la declaratoria di accertamento della violazione dell'articolo 2, comma 9, legge 14 novembre 1995, n. 481, da parte dell'ex Commissario e della società Rai, e con la conseguente adozione di due ordinanze-ingiunzione che hanno stabilito il pagamento delle relative sanzioni amministrative previste dalla norma, pari, per la Rai a euro 14.379.307 e per l'ex componente dell'Autorità a euro 373.923,83 (delibere n. 220/06/CONS e n. 221/06/CONS).

I provvedimenti in questione sono stati impugnati dagli interessati innanzi al TAR del Lazio che, con sentenza del 25 luglio 2006, ha riconosciuto la legittimità delle sanzioni inflitte da questa Autorità con le menzionate delibere.

In secondo grado, la decisione del Consiglio di Stato del 19 dicembre 2006, respingendo ogni tipo di censura proposta dai ricorrenti, ha reso definitiva l'incompatibilità dell'ex Commissario alla carica di direttore generale della Rai, confermando la legittimità delle valutazioni operate dall'Autorità nel procedimento, anche sotto il profilo sanzionatorio.

Un secondo procedimento di accertamento dell'incompatibilità ai sensi della legge 481/1995 è stato avviato a fine 2006, a seguito della segnalazione della Procura Regionale della Corte dei Conti - Sezione giurisdizionale per il Lazio, che ha portato a conoscenza dell'Autorità l'accordo transattivo intervenuto tra la Rai e l'ex Commissario in data 19 giugno 2006, in base al quale quest'ultimo, a fronte della rinuncia alla carica di Direttore generale della società, era stato designato ad assumere le funzioni di Presidente del consiglio di amministrazione della consociata di diritto statunitense Rai Corporation, con la previsione, inoltre, dell'accollo da parte della Rai dell'onere di pagare la sanzione pecuniaria inflitta con la delibera n. 220/06/CONS.

Tale procedimento si è concluso con un provvedimento di archiviazione (delibera n. 97/07/CONS), in quanto la transazione oggetto della contestazione non è stata poi materialmente eseguita dalla Rai che ha provveduto all'integrale rimozione e disfacimento giuridico di ogni vincolo, fatto o conseguenza dell'accordo transattivo con effetto *ex tunc*, anche sotto il profilo economico, mantenendo all'ex Commissario la qualifica giornalistica, quest'ultima giudicata compatibile con la *ratio* della norma in questione.

## ■ 2.18. La *par condicio* e il pluralismo dell'informazione

L'Autorità svolge funzioni di garanzia nell'applicazione delle disposizioni vigenti in materia di propaganda e informazione politica nell'ambito delle competenze stabilite dall'articolo 1, comma 6, lettera b), numero 9, della legge 31 luglio 1997, n. 249 e in materia di pluralismo dell'informazione e di tutela dei principi di correttezza, completezza, imparzialità, obiettività, lealtà dell'informazione e di apertura alle diverse opinioni e tendenze politiche recati dagli articoli 3 e 7 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (Testo unico della radiotelevisione).

La funzione di garanzia svolta dall'Autorità si esplica attraverso le attività di monitoraggio delle trasmissioni dell'emittenza radiotelevisiva nazionale e della stampa e la disciplina delle fattispecie previste dal legislatore con la legge 22 febbraio 2000, n. 28 (recante "Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie e per la comunicazione politica"), nonché nel rispetto di quanto dettato dai citati articoli 3 e 7 del testo unico della radiotelevisione.

L'accertamento relativo alle violazioni commesse e l'applicazione dei regolamenti adottati dall'Autorità e dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, nell'ambito della nuova articolazione strutturale dell'Autorità, sono state ricondotte a un unico Servizio, quello della Comunicazione politica, che si occupa del settore *ratione materiae*, e all'interno del quale, nei periodi elettorali, viene istituita un'apposita Unità "*par condicio*".

L'ambito di intervento dell'Autorità si riferisce all'emittenza radiotelevisiva nazionale privata, alla stampa, alla concessionaria del servizio pubblico generale radio-televisivo, disciplinata dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi e all'emittenza radiotelevisiva locale. Le attività istruttorie, di vigilanza e di garanzia relative a quest'ultima sono svolte dai Comitati

regionali per le comunicazioni (cfr. paragrafo 3.4), organi funzionali dell'Autorità per effetto delle modifiche introdotte dalla legge n. 313 del 2003 alla legge n. 28 del 2000.

Nell'arco temporale riferito al periodo dal 1° maggio 2006 al 30 aprile 2007, nel corso del quale si sono svolte anche competizioni elettorali, sono stati adottati 32 provvedimenti, sia a contenuto sanzionatorio, sia di natura regolamentare.

Il periodo non elettorale si è caratterizzato per la applicazione della delibera n. 22/06/CSP, con la quale è stato rafforzato il presidio sanzionatorio nel periodo pre-elettorale, immediatamente precedente alle elezioni, attraverso il richiamo, sia alle misure sanzionatorie contemplate dall'articolo 10, commi 3 e 8, della legge n. 28/2000, sia alle sanzioni pecuniarie di cui all'articolo 1, commi 31 e 32 della legge n. 247/1997.

In particolare, l'Autorità ha svolto 5 procedimenti conclusi con l'adozione dei provvedimenti di seguito elencati:

i. 2 delibere di archiviazione in tema di informazione, di cui una relativa alla Concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo;

ii. 1 provvedimento con il quale è stata ordinata la trasmissione del messaggio recante l'avvenuta violazione degli articoli 4, comma 3, e 6 del decreto 8 aprile 2004 (Codice di autoregolamentazione), in particolare, per un programma diverso da quelli di comunicazione politica e messaggi politici autogestiti consentiti nella competizione elettorale;

iii. 2 richiami, costituiti da un provvedimento rivolto a tutte le emittenti televisive relativamente all'osservanza nelle trasmissioni dell'informazione, e in particolare nei telegiornali, dei principi di completezza e correttezza dell'informazione, obiettività, equità, lealtà, imparzialità, pluralità dei punti di vista e parità di trattamento e un provvedimento nei confronti della Concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo per la mancata osservanza di detti principi in un programma di approfondimento informativo dell'emittente televisiva in ambito nazionale Rai Tre.

Questi ultimi, sulla base della citata delibera n. 22/06/CSP, sono stati adottati nel periodo precedente alle consultazioni amministrative della primavera 2007, ed è tuttora in corso la verifica sull'osservanza del richiamo nei confronti dei telegiornali (delibera n. 22/07/CSP) attraverso il monitoraggio dei programmi.

Nei periodi elettorali dell'anno di riferimento, l'Autorità ha avviato 27 procedimenti conclusi con 27 delibere, di cui 7 a natura regolamentare, come di seguito ripartiti per ciascuna competizione elettorale:

*1. Campagne per l'elezione del Presidente e dell'Assemblea della Regione Sicilia e per elezioni provinciali e comunali indette per i giorni 28 e 29 maggio 2006 e consultazioni elettorali che si sono svolte nel mese di giugno 2006 (delibera n. 84/06/CSP)*

L'aggiornamento continuo dei dati relativi al monitoraggio delle trasmissioni televisive nazionali (contestualmente pubblicato sul sito web dell'Autorità) ha consentito di verificare in tempo utile eventuali lesioni della parità di accesso ai mezzi di informazione e di avviare procedimenti istruttori, anche d'ufficio, in particolar modo con riferimento alle elezioni comunali e provinciali nella consultazione a carattere generale e con riferimento all'elezione regionale della Sicilia.

La tipologia degli interventi dell'Autorità è stata complessa e articolata nei contenuti, dai richiami alle ordinanze ripristinatorie, da quelle di applicazione della sanzio-

ne accessoria alle ordinanze di applicazione della sanzione amministrativa pecuniaria per i profili di inottemperanza alle delibere dell'Autorità, in particolare in tema di informazione politica sono stati adottati:

i. 1 provvedimento con cui è stata ordinata la trasmissione del messaggio recante l'avvenuta violazione dell'articolo 5, della legge n. 28 del 2000, in particolare dei principi di parità di trattamento dei soggetti politici e di contraddittorio;

ii. 1 provvedimento di non luogo a provvedere nei confronti della Concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo, unitamente al richiamo al rigoroso rispetto del criterio di parità di trattamento tra i soggetti politici concorrenti nelle consultazioni elettorali attraverso la corretta applicazione del principio di "equilibrato contraddittorio" all'interno delle singole trasmissioni nei programmi di approfondimento informativo costituiti da temi di informazione politico - elettorale;

iii. 2 provvedimenti di ripristino, ai sensi dell'articolo 10, commi 1 e 5, legge n. 28/2000 in materia di informazione (di cui uno relativo alla concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo) ordinando la trasmissione di servizi di informazione con la partecipazione (in un caso prevalente) del soggetto politico denunciante al fine di garantire la parità di trattamento, l'apertura delle forze politiche e l'imparzialità dell'informazione tra le liste concorrenti sui temi della consultazione elettorale;

iv. 8 provvedimenti di archiviazione, di cui tre relativi alle trasmissioni irradiate dalla Concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo, unitamente al richiamo al rispetto della parità di trattamento e dell'obbligo di garantire adeguata rappresentazione alle posizioni di tutti i soggetti politici concorrenti nelle elezioni amministrative nelle trasmissioni di informazione e di approfondimento con la trattazione di temi di immediata rilevanza rispetto alla consultazione elettorale;

v. 5 provvedimenti di archiviazione, di cui due relativi alle trasmissioni irradiate dalla Concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo;

vi. 1 provvedimento di applicazione della sanzione amministrativa pecuniaria per l'inottemperanza al precedente provvedimento prevista dall'articolo 1, comma 31, della legge n. 249/1997.

In tema di comunicazione istituzionale è stato adottato 1 solo provvedimento con il quale è stata ordinata la trasmissione del messaggio recante l'avvenuta violazione dell'articolo 9, della legge n. 28 del 2000, per la pubblicazione e distribuzione del periodico di informazione comunale privo dei requisiti di impersonalità e indispensabilità in materia di comunicazione istituzionale.

*2. Campagna per il referendum popolare per l'approvazione del testo della legge costituzionale concernente "Modifiche alla parte II della Costituzione" indetto per i giorni 25 e 26 giugno 2006 (delibera n. 91/06/CSP)*

L'integrazione dell'attività di monitoraggio prestata dall'ISIMM e quella effettuata per mezzo del sistema informativo interno che registra continuamente, 24 ore su 24, per tutto l'anno, le trasmissioni di 12 emittenti televisive nazionali, ha consentito di monitorare l'informazione sui temi e sulle modalità di svolgimento della campagna referendaria trasmessa dalle Emittenti televisive nazionali riguardo le principali caratteristiche delle elezioni, del sistema elettorale e delle modalità di espressione del voto.

Tale attività ha condotto all'adozione di un provvedimento di diffida a cessare nella trasmissione di *spot* informativi che, per la parcellizzazione e l'incompletezza delle

informazioni fornite, enfatizzavano aspetti particolari della complessiva consultazione referendaria in contrasto con i principi di parità di trattamento, obiettività, correttezza, completezza, equità, lealtà e imparzialità dell'informazione nei confronti delle emittenti televisive nazionali.

3. *Campagne per le elezioni del Presidente della Giunta regionale e del Consiglio regionale della Regione Molise e per l'elezioni del Sindaco e del Consiglio comunale di Cavedine (TN) indette per i giorni 5 e 6 novembre 2006 (Ordinanza Presidenziale del 29 settembre 2006, n. 7/06/PRES)*

In occasione di tale competizione elettorale i compiti svolti dall'Autorità hanno riguardato l'attività di consulenza e di indirizzo nella realizzazione in concreto delle attività poste in essere dal Comitato regionale per le comunicazioni della regione Molise, con particolare riferimento all'istituto dell'adeguamento in via compositiva agli obblighi di legge, codificato dall'Autorità nel proprio regolamento.

Nel periodo elettorale 2006, è da evidenziare il flusso documentale, pari a circa 400 documenti registrati in entrata al protocollo dell'Autorità, e 907 richieste verbali pervenute attraverso il *call center* e le postazioni del personale applicato, che, nel caratterizzarsi per la loro funzione di risoluzione preventiva di eventuali e futuri contenziosi, hanno dato luogo anche a una cospicua attività di pareristica.

Inoltre, l'Autorità ha emanato circolari per fornire chiarimenti in materia di programmi di approfondimento informativo delle emittenti televisive nazionali e sulle modalità di voto del referendum costituzionale sulla riforma della seconda parte della Costituzione con l'invito e l'appello alle emittenti televisive nazionali a riservare uno spazio adeguato all'informazione sul medesimo referendum, in particolare sui contenuti del quesito referendario e sulle modalità di voto, nonché precisazioni sulla disciplina dei sondaggi politici ed elettorali, televisivi e a mezzo stampa nell'ambito del rispetto dei principi recati dagli articoli 3 e 7 del Testo unico della radiotelevisione e della tutela dei diritti fondamentali della persona nel settore delle comunicazioni anche radiotelesive.

L'attività di regolamentazione in materia di comunicazione politica e parità di accesso all'informazione si è articolata anche con l'adozione delle seguenti delibere:

i. delibera n. 162/06/CSP, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alle campagne per i referendum per il distacco dei Comuni di Casteldelci, Maiolo, Novafeltria, Pennabilli, Sant'Agata Feltria, San Leo e Talamello (provincia di Pesaro Urbino) dalla Regione Marche e la loro aggregazione alla Regione Emilia - Romagna a norma dell'articolo 132, secondo comma, della Costituzione, indetti per i giorni 17 e 18 dicembre 2006", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 280 del 1 dicembre 2006;

ii. delibera n. 16/07/CSP, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alla campagna per il referendum per il distacco del Comune di Carema (provincia di Torino) dalla Regione Piemonte e la sua aggregazione alla Regione Valle d'Aosta a norma dell'articolo 132, secondo comma, della Costituzione, indetti per i giorni 18 e 19 marzo 2007", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 60 del 13 marzo 2007;

iii. delibera n. 54/07/CSP, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione rela-

tive alla campagna per il referendum per il distacco dei Comuni di Asiago, Conco, Enego, Foza, Gallio, Lusiana, Roana e Rotzo (provincia di Vicenza) dalla Regione Veneto e la loro aggregazione alla Regione Autonoma Trentino – Alto Adige a norma dell'articolo 132, secondo comma, della Costituzione, indetti per i giorni 6 e 7 maggio 2007", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 88 del 16 aprile 2007.

Infine, con riferimento alle consultazioni elettorali amministrative indette nel periodo maggio/giugno 2007, l'Autorità, ha adottato la delibera n. 57/07/CSP, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alle campagne per le elezioni comunali e provinciale della Regione Sicilia indette per i giorni 13 e 14 maggio 2007, per le elezioni comunali della Regione Valle d'Aosta indette per il giorno 20 aprile 2007 e per le elezioni comunali e provinciali indette per i giorni 27 e 28 maggio 2007".

**3**

**I rapporti istituzionali dell'Autorità**



### ■ 3.1. I rapporti internazionali

#### ***Il ruolo dell'Autorità nella dimensione internazionale***

Il periodo di riferimento costituisce un punto di svolta nel ruolo e nelle responsabilità assunte dall'Autorità nel contesto istituzionale sia comunitario, sia internazionale e rappresenta, senza alcun dubbio, un momento di massima esposizione per l'intera struttura dell'Autorità.

L'esigenza, avvertita dall'Autorità, di un costante e forte presidio del contesto internazionale di riferimento è riconducibile a una serie di fattori.

In primo luogo, si è tenuto conto del progredire dei processi, in atto su scala pan-europea, di integrazione dei mercati e di diffusione di dinamiche convergenti; tali dinamiche travalicano, difatti, i tradizionali confini dei mercati di riferimento, non soltanto sotto il profilo merceologico (superando la classica distinzione telecomunicazioni/contenuti), ma anche sotto quello geografico, con un numero sempre maggiore di servizi forniti o fornibili su scala pan-europea.

In secondo luogo, l'emersione di processi di aggregazione industriale su scala continentale è proseguita e ha investito direttamente, nello scorcio finale del periodo, il mercato nazionale: si fa riferimento ai processi, attualmente in corso, relativi all'offerta pubblica totalitaria d'acquisto della società Swisscom del capitale della società Fastweb e all'ingresso dell'operatore spagnolo Telefonica nell'azionariato della società Telecom Italia.

Parallelamente, proprio nel periodo di riferimento, sono entrati nel vivo della discussione i processi di revisione della legislazione europea di settore. In particolare, in materia di comunicazioni elettroniche - a seguito di una prima fase informale di consultazione (la cosiddetta *Call for Input*) conclusasi nella prima parte del 2006 - la Commissione europea ha lanciato, alla fine di giugno 2006, una consultazione pubblica europea su una serie di proposte di revisione del pacchetto delle direttive del 2002.

A valle della consultazione pubblica conclusasi in ottobre, l'elaborazione della Commissione è proseguita con una serie di ipotesi di riassetto istituzionale finalizzate a migliorare il grado di armonizzazione regolamentare su scala europea. Le proposte finali della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio sono attese per la seconda metà del 2007.

In tale contesto, di accresciuta importanza della dimensione internazionale nell'esercizio quotidiano delle competenze nazionali da parte dell'Autorità, va ricordato l'impegno profuso dall'Autorità stessa per la preparazione e la gestione dall'incarico di presidenza dell'*European Regulators Group* (ERG) per l'anno 2007.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> L'ERG, istituito con le decisioni della Commissione 2002/627/EC e 2004/641/EC è un Organismo che riunisce i regolatori delle comunicazioni elettroniche di 34 Paesi europei: i 27 Stati membri dell'Unione europea, cui si aggiungono, con lo status di "osservatori", le 4 Autorità di Stati membri dell'Associazione Europea di Libero Scambio EFTA (Norvegia, Svizzera, Islanda, Liechtenstein) e 3 Autorità di paesi candidati ad accedere all'Unione europea (Turchia, Croazia e Repubblica ex Jugoslava di Macedonia). L'ERG ha il compito di supportare la Commissione nell'implementazione coordinata e armonizzata del quadro regolamentare europeo di settore.

L'impegno dell'Autorità connesso alla presidenza ERG 2007<sup>2</sup> è iniziato già nel secondo semestre del 2006 con la definizione del calendario e del programma di lavoro per il 2007 e con il supporto alla presidenza OFCOM 2006, il linea con il meccanismo della *troika* finalizzato a garantire una continuità di indirizzo e di gestione dell'organismo.

L'incarico di presidenza ERG, oltre a rappresentare un importante riconoscimento per l'autorevolezza e la qualità del lavoro svolto dall'Autorità nel contesto istituzionale europeo, conferisce all'Autorità medesima specifiche responsabilità poiché, proprio nell'anno in corso, si sta svolgendo il dibattito sull'evoluzione del contesto regolamentare europeo e la discussione sulle prospettive di riorganizzazione interna dell'ERG.

La presidenza dell'ERG comporta, inoltre, una moltiplicazione esponenziale della rete di contatti internazionali dell'Autorità, attraverso richieste di partecipazioni a eventi internazionali da parte di istituzioni, associazioni e altre organizzazioni rappresentative di regolatori di settore di altre aree geografiche.

Sono in parallelo proseguite le attività tradizionali di partecipazione dell'Autorità ai vari Comitati relativi al settore delle comunicazioni elettroniche, quali il Comitato per le comunicazioni (COCOM), il Comitato radio spettro, nonché ai gruppi speciali.

Nel settore dell'audiovisivo, la revisione della disciplina comunitaria di riferimento (recata dalla direttiva "TV senza frontiere") è progredita in sede di Parlamento europeo e di Consiglio. L'Autorità ha continuato a seguire le varie fasi del dibattito per verificare potenziali impatti sulla disciplina nazionale di settore e fornire supporto alle delegazioni nazionali per la discussione presso le sedi competenti.

E' proseguita la partecipazione attiva dell'Autorità ai vari organismi internazionali operanti nel settore audiovisivo: tra essi si menzionano il gruppo di alto livello delle Autorità nazionali di regolamentazione, il comitato di contatto, il comitato permanente sulla televisione transfrontaliera e l'*European Platform of Regulatory Authorities* (EPRA).

L'Autorità ha, inoltre, provveduto a rafforzare e ampliare la rete di relazioni con Autorità e Istituzioni estere, tramite la formalizzazione di accordi bilaterali, progetti di gemellaggio, incontri e scambi di informazioni.

### ***Le comunicazioni elettroniche***

Come menzionato, la seconda metà del 2006 e la prima metà del 2007 sono state caratterizzate dallo svolgimento delle attività connesse alla presidenza dell'ERG. E' da segnalare che l'impegno richiesto per la partecipazione all'attività dell'ERG, in termini di numero e qualità delle risorse impiegate, è considerevolmente aumentato nel corso degli ultimi anni; ciò in ragione della crescente importanza acquisita dal Gruppo nel contesto comunitario e delle aspettative riposte nell'ERG come punto di riferimento privilegiato, da parte dei referenti istituzionali europei (Commissione, Parlamento e Consiglio) e del mondo dell'impresa. Ciò ha evidenti impatti anche sull'impegno connesso alle attività di presidenza che comporta altresì l'espletamento di compiti di coordinamento del *Contact Network*, ovvero il Gruppo dei rappresentanti nazionali deputati a preparare le decisioni della Plenaria, e delle attività del Segretariato.

---

<sup>2</sup> La presidenza ERG implica anche, per lo stesso periodo di mandato, la presidenza dell'*Independent Regulators Group* (IRG); si tratta di un Gruppo costituito nel 1997 e composto dalle stesse Autorità partecipanti all'ERG, finalizzato alla discussione informale di temi regolamentari e istituzionali di rilievo strategico.

Tale evoluzione istituzionale ha indotto l'ERG a definire una serie di interventi mirati a rafforzare la propria efficacia nel processo di armonizzazione del quadro regolamentare europeo.

A valle di un approfondito lavoro teorico sui temi dell'armonizzazione, nell'ottobre 2006, tutte le Autorità partecipanti all'ERG hanno sottoscritto la cosiddetta "dichiarazione di Madeira", consistente in una serie di impegni a carattere strategico, tra cui si segnalano:

i. l'impegno a individuare e rivedere periodicamente (anche attraverso la consultazione degli operatori di mercato) le aree prioritarie che necessitano di interventi di armonizzazione;

ii. l'elaborazione di posizioni comuni che individuino le *best practice* per ogni area di armonizzazione individuata;

iii. l'impegno, da parte di tutte le Autorità partecipanti, a tenere nel massimo conto le posizioni comuni ERG nell'ambito della definizione degli obblighi regolamentari a livello nazionale e a motivare adeguatamente le decisioni nazionali difformi. A ciò si associa l'impegno a definire strumenti accurati per l'analisi comparativa e a monitorare la coerenza delle decisioni assunte a livello nazionale con le posizioni comuni;

iv. la costituzione di strumenti di mutua collaborazione e scambio di *expertise* tra regolatori nazionali;

v. la definizione di un'organizzazione e di procedure interne più efficaci al perseguimento degli obiettivi sopra definiti; tra cui, la definizione di nuove regole di voto a maggioranza e la costituzione di un segretariato permanente basato a Bruxelles.

In linea con tale strategia, l'Autorità, responsabile per la definizione del programma di lavoro per il 2007, ha optato per l'adozione di un programma focalizzato su un numero limitato di punti di particolare importanza per la missione dell'ERG e di pratica utilità per le Autorità nazionali:

i. analisi e valutazioni in merito all'evoluzione del quadro regolamentare di settore (riforma delle direttive; revisione della raccomandazione sui mercati rilevanti; revisione della disciplina del servizio universale; regolamento europeo per la disciplina dei servizi di *roaming* internazionale);

ii. definizione delle posizioni comuni sui temi prioritari di armonizzazione (tra essi: VoIP; terminazione fissa e mobile; servizi di accesso a larga banda all'ingrosso);

iii. analisi dei processi di innovazione tecnologica in corso e dei riflessi regolamentari (con particolare attenzione ai temi dello sviluppo delle *Next Generation Networks* e ai processi di convergenza).

Le attività del programma di lavoro 2007 sono pienamente avviate e alcuni risultati sono già stati pubblicati per la consultazione pubblica europea o nella loro versione finale sul sito *web* ufficiale all'indirizzo "www.erg.eu.int".

In particolare, si segnalano il documento finale di analisi delle condizioni tecniche, economiche e regolamentari per l'interconnessione su reti in tecnologia *Internet Protocol* (documento ERG (07)09) e un documento di consultazione pubblica sulle problematiche relative all'accesso alle *Next Generation Networks*.

L'Autorità ha improntato le attività del programma alla massima trasparenza verso gli operatori di settore, mediante l'espletamento di procedure di consultazione pubblica e lo svolgimento di audizioni su temi di speciale rilevanza. Parallelamente alle attivi-

tà del programma di lavoro, al fine di assicurare ulteriori occasioni di confronto informale su alcune aree tematiche di particolare interesse, l'Autorità ha organizzato, nel periodo di presidenza, due eventi speciali (a partecipazione volontaria); il primo si è tenuto a Torino il 17 aprile 2007 e ha riguardato le prospettive regolamentari delle *Next Generation Networks*, il secondo, in programma a Capri per i giorni 18 e 19 ottobre 2007, sarà dedicato ai temi della convergenza tra le Autorità partecipanti all'ERG e all'EPRA.

Come previsto, le attività dell'ERG dell'ultimo anno sono state fortemente concentrate sui processi legislativi in corso a livello europeo e, segnatamente, sul processo di revisione delle direttive in materia di comunicazioni elettroniche.

Nell'ottobre 2006, l'ERG ha presentato una risposta comune alla consultazione pubblica della Commissione sulle proposte di riforma. La scelta di fornire un punto di vista comune da parte di tutti i regolatori nazionali (come già accaduto per la *Call for Input*) ha inteso valorizzare l'esperienza concreta maturata da parte delle Autorità nazionali nell'applicazione delle norme europee. L'ERG ha condiviso l'approccio seguito dalla Commissione di procedere ad adeguamenti mirati, basati sull'esperienza applicativa della vigente normativa e ha sottolineato l'esigenza di assicurare la stabilità e la prevedibilità del contesto normativo, a tutela degli investimenti effettuati dagli operatori.

Tra gli aspetti condivisi delle proposte della Commissione si evidenziano: il rifiuto del concetto di *regulatory holidays*, nella convinzione che la regolamentazione finalizzata alla promozione della concorrenza sia lo strumento più efficace per la promozione degli investimenti; il rafforzamento della tutela dei consumatori, anche attraverso l'ampliamento dei poteri sanzionatori e di vigilanza attribuiti ai regolatori nazionali; la progressiva liberalizzazione della gestione dello spettro, da svolgersi, peraltro, ad avviso dei regolatori nazionali, mediante un percorso che tenga conto delle condizioni tecniche e autorizzatorie vigenti negli Stati membri; la semplificazione delle procedure di notifica delle decisioni nazionali ai sensi dell'articolo 7 della direttiva quadro.

L'ERG ha, inoltre, evidenziato l'esigenza che il nuovo quadro preveda la possibilità, per i regolatori nazionali, di applicare obblighi trasversali a una pluralità di mercati, al fine di aggredire i problemi concorrenziali connessi a situazioni di integrazione orizzontale (tra servizi con un diverso grado di concorrenzialità) e verticale (tra rete e servizi) e di assicurare un'effettiva parità di trattamento tra operatori. In questo senso, l'ERG ha anche segnalato l'opportunità di introdurre nell'arsenale regolamentare disponibile per i regolatori nazionali, obblighi di "separazione funzionale", da adottare nel rigoroso rispetto del principio di proporzionalità.

Particolarmente critica è invece stata considerata la proposta della Commissione di estendere il proprio potere di veto alla definizione degli obblighi regolamentari da parte delle Autorità nazionali. Tale proposta solleva forti perplessità, sotto il profilo della sua coerenza istituzionale e giuridica (con particolare riferimento al principio di sussidiarietà dell'azione comunitaria) e della pratica utilità ai fini degli obiettivi dell'armonizzazione.

La posizione in materia di veto sui *remedies* e il quadro degli impegni volontari assunti dall'ERG, per la promozione di un maggiore livello di armonizzazione degli obblighi nazionali, costituiscono anche la base delle indicazioni dell'ERG in relazione alle proposte di revisione dell'assetto istituzionale di settore da parte della Commissione europea, elaborate nel corso delle prime riunioni plenarie del 2007 (tenutesi a Roma il 15 gennaio 2007 e a Bruxelles il 15 e 16 febbraio 2007) e inoltrate alla Commissione il 27 febbraio scorso.

Tali proposte comprendono, oltre a quella già enunciata in merito al rafforzamento dei poteri di veto della Commissione nell'ambito delle procedure di analisi dei mercati e definizione degli obblighi regolamentari, anche alcune soluzioni più ambiziose sotto il profilo dell'architettura istituzionale che vanno dal rafforzamento del ruolo dell'ERG alla costituzione di una vera e propria Autorità europea, secondo un modello giuridico peraltro ancora da definire.

A tal riguardo, i regolatori nazionali hanno all'unanimità ribadito il loro impegno a collaborare con la Commissione per il perseguimento di un quadro regolamentare europeo armonizzato, nel rispetto del principio di sussidiarietà e delle peculiarità dettate dalle circostanze nazionali. In tale occasione, è stato ribadito e ulteriormente argomentato il forte scetticismo rispetto a un'estensione di poteri di veto della Commissione sulla scelta degli obblighi regolamentari nazionali. Una maggiore disponibilità è stata rappresentata nei confronti di soluzioni innovative, anche di carattere istituzionale, per un maggiore coordinamento su alcuni temi destinati a evolvere verso una dimensione sopranazionale in una prospettiva di medio-lungo periodo; si pensi, a titolo di esempio, al regime delle autorizzazioni e alla gestione di frequenze e numerazioni per servizi pan-europei.

A tal proposito, le Autorità nazionali hanno segnalato l'esigenza che ogni eventuale evoluzione istituzionale debba trovare le sue fondamenta nell'esperienza delle Autorità nazionali indipendenti (ad esempio, mediante la costruzione di un sistema federato, basato sul rafforzamento di una rete di regolatori nazionali indipendenti), nella convinzione che un ottimale bilanciamento di competenze tra livello europeo e livello nazionale debba in ogni caso tenere in adeguato conto l'esigenza di un presidio costante, capillare e qualificato delle dinamiche di mercato nazionali.

L'impegno connesso alla presidenza ERG non ha condizionato la partecipazione dell'Autorità - in coordinamento con il Ministero delle comunicazioni (per i profili di rispettiva competenza) - ai vari comitati attivi in ambito europeo con l'obiettivo di coadiuvare la Commissione europea su specifici temi.

Con riferimento al Comitato per le comunicazioni (COCOM) nel periodo di riferimento i lavori (articolati sulle tre riunioni del 21 giugno 2006, 25 ottobre 2006 e 7 febbraio 2007) si sono concentrati sui profili di seguito evidenziati.

Lo scorso 15 febbraio, dopo un approfondito esame nell'ambito del Comitato, la Commissione europea ha licenziato la decisione 2007/116/CE che riserva l'arco di numerazione nazionale che inizia con "116" a numeri armonizzati destinati a servizi di valore sociale in ambito europeo.

Si tratta di una decisione particolarmente importante che consentirà ai cittadini europei e, tra essi, particolarmente, agli utenti disabili e ai cittadini che si trovino all'estero per lavoro o turismo, di digitare una numerazione identica in tutta Europa per poter accedere a una serie di servizi gratuiti, da individuare attraverso rigorose procedure di valutazione coordinate a livello europeo, caratterizzate da un particolare valore o utilità sociale.

L'Autorità ha partecipato attivamente alla discussione preparatoria, alla decisione e alle procedure applicative, segnalando l'importanza di un attento presidio in fase di assegnazione delle numerazioni, al fine di evitare utilizzi surrettiziamente commerciali della numerazione "116" europea e suggerendo soluzioni tecniche utili alla rapida diffusione dell'uso di tali servizi.

La prima applicazione pratica della decisione ha avuto come esito la riserva della numerazione 116000 per un servizio di emergenza dedicato alla segnalazione di bambini scomparsi.

Il Comitato continua ad affrontare, in vista della pubblicazione, attesa per il 2008, di un Libro Verde in materia, una serie di tematiche connesse alla fornitura del servizio universale, con la sottoposizione di alcuni questionari agli Stati membri in merito alle condizioni di finanziamento del servizio universale.

Prosegue inoltre, anche in ambito COCOM, l'interlocuzione preliminare tra Commissione e Stati membri (in attesa delle proposte formali al Consiglio), in relazione ai principali temi dell'agenda regolamentare europea.

In tale ambito, in occasione della riunione del 7 febbraio 2007, anche sulla base degli esiti della consultazione pubblica sulla riforma della raccomandazione sui mercati rilevanti, la Commissione ha sottoposto al Comitato una proposta di abrogazione della decisione del 2003 che definisce il set minimo di linee affittate. La proposta sarà formalmente discussa dal Comitato secondo le procedure di comitologia.

Infine, il COCOM ha proseguito, con la collaborazione delle Autorità nazionali, il rapporto periodico sullo sviluppo dei servizi a larga banda in Europa.

Le attività del COCOM si sono sviluppate, nel periodo di riferimento, anche attraverso alcuni Gruppi speciali di lavoro istituiti nell'ambito del Comitato su iniziativa della Commissione.

Si richiamano, in particolare, il Gruppo sui servizi MSS (*Mobile Satellite System*) a 2 GHz; quello in materia di autorizzazioni e diritti d'uso e il Gruppo sui servizi broadcast digitali (CBISS, *Communications Broadcast Issues Sub-group*). L'Autorità ha, assicurato la propria partecipazione attiva e qualificata anche a tali gruppi speciali di lavoro.

Il primo gruppo ha analizzato le questioni relative alla definizione e all'avvio di una procedura di autorizzazione di tipo pan-europeo per l'offerta di servizi mobili satellitari MSS a 2 GHz, elaborando il testo di una consultazione pubblica europea avviata dalla Commissione il 30 marzo 2007 e condivisa dai vari Stati membri. L'Autorità ha pubblicato un apposito avviso pubblico nel proprio sito *web* e nella *Gazzetta Ufficiale* condividendo la consultazione europea e il relativo processo e invitando i soggetti interessati a far pervenire le proprie osservazioni anche all'Autorità.

Il secondo gruppo si è concentrato, nel periodo in questione, sugli elementi oggetto di una raccomandazione della Commissione per l'introduzione delle politiche WAPECS (*Wireless Access Policy for Electronic Communication Systems*) nella Comunità, ai fini dell'utilizzo flessibile nelle tecnologie e nei servizi di alcune specifiche bande di frequenza, con condizioni armonizzate di autorizzazione. La bozza di raccomandazione è in corso di discussione in ambito COCOM.

Il terzo gruppo è stato recentemente riattivato dalla Commissione, con la definizione di un nuovo mandato e la convocazione di una prima riunione in data 1° marzo 2007. Nel corso di tale riunione, è stato discusso lo stato dell'arte dello *switch-off* della TV analogica nei vari paesi europei (in particolare, è stato segnalato il completamento del processo in Olanda e Lussemburgo) e sono state discusse alcune possibili soluzioni per l'utilizzo dello spettro eventualmente disponibile a valle del processo di *switch-off* (tra cui, alcune ipotesi di utilizzazione per servizi ad alta definizione e per servizi di *mobile TV*). La Commissione europea ha presentato lo stato della televisione mobile in Europa.

L'Autorità ha, inoltre, proseguito la partecipazione ai lavori del Comitato radio spettro, istituito con la decisione n. 676/2002/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 7 marzo 2002 (cd. decisione spettro radio), attraverso il quale la Commissione intende perseguire un maggior grado di armonizzazione delle politiche dello spettro e dell'implementazione delle relative decisioni tecniche negli Stati membri, ai fini di favorire lo sviluppo del mercato interno.

Le principali questioni trattate dal Comitato nel periodo di riferimento hanno riguardato l'armonizzazione dello spettro per apparati radio a corto raggio *Short Range Device* (SRD), per l'uso di dispositivi generici *Ultra Wide Band* (UWB), per l'uso dei dispositivi di identificazione radio *Radio Frequency IDentification* (RFID), per l'introduzione di apparati per Radio LAN (Local Area Network) a 5 GHz, e per sistemi mobili satellitari a 2 GHz *Mobile Satellite System* (MSS); per tali argomenti il Comitato ha approvato l'adozione di specifiche decisioni della Commissione. Altre tematiche che sono state oggetto di lavoro, con l'adozione dei relativi rapporti della CEPT (*Conference of European Post and Telecommunications*) e in alcuni casi la predisposizione di una bozza di decisione, riguardano l'utilizzo flessibile delle bande a 900 e 1800 MHz, l'accesso radio a larga banda *Broadband Wireless Access* (BWA), la fornitura consistente di informazioni circa l'uso dello spettro nella Comunità, l'utilizzo di dispositivi di comunicazione mobile *Mobile Communications onboard Aircrafts* (MCA). A queste si aggiungono l'adozione di mandati alla CEPT riguardanti l'introduzione armonizzata delle *Wireless Access Policy for Electronic Communication Systems* (WAPECS), di dispositivi specifici di tipo *Ultra Wide Band* (UWB) e l'uso flessibile della banda L satellitare.

### **L'audiovisivo**

Con riferimento alle attività svolte nell'ambito del settore audiovisivo, l'Autorità ha proseguito la propria partecipazione ai lavori del Comitato di contatto, costituito dalla Commissione europea per seguire l'implementazione della direttiva "TV senza frontiere" permettendo lo scambio dei diversi punti di vista tra le Autorità di regolamentazione.

Nel corso dell'ultimo anno il Comitato ha focalizzato le proprie attività sulla revisione della suddetta direttiva.

L'aggiornamento della direttiva "TV senza frontiere" del 1989 è stata proposta dalla Commissione il 13 dicembre 2005 al fine di permettere ai servizi di *media* audiovisivi di adeguarsi ai significativi sviluppi in atto sul piano delle tecnologie e dei mercati.

Dopo la prima lettura davanti al Parlamento europeo e al Consiglio e l'adozione da parte della Commissione della proposta modificata lo scorso 29 marzo, è stato raggiunto, il 24 maggio 2007, al termine di un *iter* legislativo di soli 18 mesi, un accordo politico tra le istituzioni.

Le nuove regole che nascono come risposta ai progressi tecnologici stabiliscono un quadro normativo complessivo per tutti i servizi di *media* audiovisivi creando un nuovo piano di riferimento per i servizi *media* emergenti, come *video on demand*, *mobile TV*, servizi audiovisivi su TV digitale. La nuova direttiva *Audiovisual Media Services Directive* riafferma le basi del modello audiovisivo europeo che si fonda sulla difesa della diversità culturale, sulla protezione dei minori, sulla salvaguardia dei consumatori, sul pluralismo dei *media*, opponendosi a ogni forma di razzismo e di intolleranza religiosa.

Tra gli obiettivi preminenti vi è quello di favorire la competitività dell'industria europea dell'audiovisivo, permettendo a tutti i servizi *media* di avvantaggiarsi del mercato interno indipendentemente dal tipo di tecnologia trasmissiva utilizzata; sono, inoltre, previste norme più flessibili per i *broadcaster* tradizionali, per rispondere ai cambiamenti tecnologici e di mercato.

Il principio del paese di origine, così come nella direttiva "TV senza frontiere", rimane uno degli elementi cardine della nuova direttiva. I fornitori di servizi *media* audiovisivi differenti dai *broadcaster* dovranno rispettare la normativa del paese dove hanno sede e non i differenti sistemi legali degli Stati membri.

Anche le norme riguardanti la pubblicità saranno meno dettagliate; le modalità delle interruzioni pubblicitarie dei programmi *free-to-air* saranno decise dai *broadcaster* e non predeterminate. La quantità totale di pubblicità rimane fissata a 12 minuti per ogni ora mentre viene abolito il limite giornaliero. La proposta prevede, tuttavia, che le opere cinematografiche, le trasmissioni destinate ai bambini, i programmi d'attualità e i notiziari possano essere interrotti solo una volta ogni 30 minuti.

La nuova direttiva promuove, inoltre, l'autoregolamentazione e la coregolamentazione nel settore.

L'Autorità ha proseguito, inoltre, in coordinamento con il Ministero delle comunicazioni, la partecipazione alle attività del Comitato permanente sulla televisione transfrontaliera presso il Consiglio d'Europa che, nel periodo in esame, si è occupato principalmente delle tematiche connesse all'attuazione e alla revisione della Convenzione europea sulla TV transfrontaliera. Allo scopo di seguire in particolare tale attività, anche in considerazione dello stato di avanzamento dei lavori della direttiva sui nuovi servizi audiovisivi della Commissione europea, il Comitato ha deliberato la costituzione di un Gruppo di lavoro (costituito da Austria, Francia, Germania, Polonia, Turchia e Regno Unito) che si riunirà due volte nel corso dell'anno 2007, in preparazione della prossima seduta del Comitato. Nel periodo di riferimento, le attività del Comitato si sono concentrate poi sulle procedure di notifica delle liste degli eventi di maggiore importanza e sulle attività pianificate in vista dell'accesso alla Convenzione da parte di Stati non membri del Consiglio d'Europa; il Comitato ha, difatti, deliberato d'invitare alla sua prossima sessione Marocco e Israele, in qualità di Stati osservatori.

Nel corso del periodo di riferimento, è proseguita la partecipazione dell'Autorità ai lavori dell'EPRA, la piattaforma europea dei regolatori dell'audiovisivo. Nell'ambito delle riunioni del giugno 2006, tenutasi a Elsinore e di ottobre 2006 a Dubrovnik, i rappresentanti delle Autorità europee si sono confrontati su numerosi temi regolatori e, in particolare, sulle sfide innescate dall'accelerazione dei processi di convergenza.

La scelta, da parte di un crescente numero di Paesi, di dare vita a una singola Autorità di regolamentazione competente sia per le comunicazioni elettroniche, sia per i contenuti, ha portato ad affrontare, anche nel corso della riunione di Elsinore, il tema dei regolatori convergenti. Le esperienze dell'Italia, della Gran Bretagna, della Bosnia e della Polonia sono state messe a confronto per individuare, oltre che i vantaggi derivanti da questa scelta, le complessità e gli elementi di criticità anche in relazione alle specifiche configurazioni organizzative adottate dai diversi Paesi.

La regolamentazione dei servizi di televisione mobile è stata, invece, al centro della discussione nella seduta plenaria di Dubrovnik. La televisione digitale ricevibile su terminali mobili si configura come il primo rilevante esempio, a livello commercia-

le, della convergenza tra telecomunicazioni e audiovisivo. L'Italia, che è il primo paese in Europa insieme alla Germania ad aver rilasciato una licenza per una rete dedicata a questi servizi televisivi, ha illustrato il suo modello regolamentare soprattutto mettendo in evidenza i vari *trade-off* tra interessi dei diversi *stakeholders* che sono stati affrontati e risolti nell'ambito del regolamento sulla disciplina della fase di avvio delle trasmissioni digitali terrestri verso terminali mobili, approvato dall'Autorità con la delibera n. 266/06/CONS.

### ***I rapporti bilaterali***

Alla luce dell'esigenza di sviluppare una collaborazione sempre più intensa con i regolatori di settore internazionali, l'Autorità ha continuato nel suo impegno volto ad ampliare la rete di relazioni bilaterali con Autorità e Istituzioni estere e a rafforzare quelle esistenti.

Gli strumenti utilizzati per la costituzione di tali rapporti bilaterali sono quelli tradizionalmente usati in tali pratiche internazionali: si va dalla formalizzazione di accordi bilaterali e progetti di gemellaggio; all'organizzazione di incontri, scambi di informazioni e partecipazione alla redazione di rapporti comparativi. Sono, quindi, proseguite le attività connesse agli accordi già in essere con l'Autorità maltese per le comunicazioni, con l'Autorità per le telecomunicazioni egiziana e con l'Agenzia nazionale per le telecomunicazioni brasiliana, nonché con l'Agenzia nazionale di regolamentazione delle telecomunicazioni del Marocco. A tali impegni di collaborazione bilaterali, si è aggiunto l'accordo con l'Autorità greca, competente per il settore delle comunicazioni elettroniche, sottoscritto a Roma, il 16 gennaio 2007, da parte dei Presidenti delle due Autorità, a valle di alcuni incontri tecnici preliminari sui temi dell'interconnessione e dell'accesso alla rete fissa. Il *Memorandum of Understanding* è nelle sue prime fasi d'implementazione, con la designazione di rappresentanti delle due Autorità per la costituzione di un Comitato tecnico.

Prosegue, inoltre, la proficua rete di contatti con i regolatori del Sud America, per il tramite degli accordi IRG-REGULATEL (l'associazione che riunisce il circuito delle Autorità del Centro e Sud America). Nel dicembre 2006, si è svolto in Guatemala, ad Antigua, il seminario annuale di alto livello, che caratterizza l'attività in ambito REGULATEL. Il prossimo incontro è previsto per luglio 2007 a Barcellona.

Sempre per il tramite dell'IRG, si è consolidato il rapporto con i regolatori delle comunicazioni elettroniche dei paesi del bacino del Mediterraneo, raccolti nell'organismo EuroMED e operanti sotto gli auspici del programma NATP 2, finanziato dall'Unione europea. L'incontro annuale di alto livello IRG-MEDA si è tenuto il 6 dicembre scorso a Bratislava.

L'Autorità italiana, nell'ambito delle attività della presidenza ERG per il 2007, sta svolgendo un ruolo di coordinamento per l'organizzazione di tali incontri per l'anno in corso e, più in generale, sta assumendo iniziative per la definizione di una cornice istituzionale stabile per i rapporti tra gli organismi associativi dei regolatori europei (ERG e IRG) e le Associazioni di regolatori di altre aree continentali.

Meritano un cenno i numerosi incontri bilaterali organizzati dall'Autorità con vari referenti istituzionali esteri (Autorità, amministrazioni, rappresentanze diplomatiche), con l'obiettivo di scambiare informazioni, condividere esperienze e punti di vista sui principali temi regolamentari nei settori di competenza.

Un particolare rilievo assume l'incontro bilaterale di alto livello tra l'Autorità e l'Autorità spagnola per le comunicazioni elettroniche, ospitato da questa ultima a Barcellona lo scorso 20 febbraio. Nell'ambito di tale incontro sono stati discussi i temi di maggiore attualità nei rispettivi mercati nazionali (sviluppi di mercato e disciplina dei servizi a larga banda e dei servizi mobili; soluzioni atte ad assicurare la parità di trattamento tra operatori) e le prospettive di riforma del quadro legislativo europeo. Tra gli altri incontri bilaterali si segnalano quello tenutosi con le Autorità di regolamentazione delle comunicazioni elettroniche di Austria e Albania; con una delegazione di alto livello del Ministero dell'informazione cinese, sui temi della sicurezza delle comunicazioni in Internet; con delegazioni di varie Istituzioni coreane, a diverso titolo coinvolte nella regolamentazione dei settori di competenza dell'Autorità (Autorità dell'audiovisivo, Assemblea Nazionale, Ministero delle comunicazioni, Ministero della cultura) e con la Direzione generale delle poste e telecomunicazioni della Repubblica di San Marino.

Il periodo di riferimento ha visto concludersi il primo progetto di gemellaggio realizzato dall'Autorità nell'ambito del programma CARDS istituito dalla Commissione europea con la finalità di fornire assistenza ai paesi candidati all'adesione nel processo di *Institution Building*, ovvero nell'adeguamento amministrativo e normativo delle amministrazioni nazionali all'*acquis* comunitario. Il progetto, partito nel luglio 2005 e durato 14 mesi, ha visto l'Autorità collaborare con la *Communications Regulatory Agency* (RAK) della Bosnia Herzegovina con l'obiettivo di effettuare un trasferimento di competenze e conoscenze in merito al settore delle comunicazioni per permettere ai funzionari della RAK di affrontare la riforma del servizio pubblico radiotelevisivo e armonizzare la regolamentazione di settore. Alla conclusione dei 14 mesi, nell'ambito del progetto di gemellaggio sono state svolte le seguenti attività:

i. un'analisi del settore audiovisivo e delle comunicazioni elettroniche in Bosnia Herzegovina, che si è conclusa con la pubblicazione di un dettagliato rapporto di quasi 150 pagine, pubblicato nel sito della RAK e dell'Autorità. Si è trattato della prima vera analisi del settore delle comunicazioni mai svolta in Bosnia Herzegovina, che ha avuto grande eco tra le istituzioni e gli operatori locali;

ii. la stesura di tre regolamenti destinati a facilitare l'armonizzazione della normativa di settore con quella europea. La Bosnia Herzegovina ha, infatti, da poco firmato la Convenzione transfrontaliera per il settore audiovisivo, ma non aveva ancora emanato alcuna norma che ne recepisce i contenuti più rilevanti, quali l'introduzione di limiti all'affollamento pubblicitario o l'obbligo di riservare parte della programmazione quotidiana a programmi di produzione europea. Un regolamento ha riguardato la modifica del pre-esistente "*Advertising Code*" e un altro l'introduzione di una licenza per gli editori di canali televisivi.

Il regolamento che ha avuto certamente maggior rilevanza è stato quello che ha introdotto in Bosnia Herzegovina il registro degli operatori di comunicazione, un sofisticato *database* modellato su quello attualmente adottato dall'Autorità, che consentirà alla RAK di raccogliere, su base annuale, ogni informazione utile sulle imprese operanti nel settore della comunicazione al fine di monitorare gli sviluppi del mercato e assicurare al mercato stesso una maggiore trasparenza, rendendolo più appetibile per gli investitori stranieri;

iii. l'organizzazione di un corso avanzato per esperti della RAK, allo scopo di trasferire esperienza e competenze nel settore delle comunicazioni, permettere alla RAK di anticipare le future sfide regolamentari e di adempiere al suo ruolo istituzionale in

conformità dell'*acquis communautaire*. Il materiale utilizzato per lo svolgimento della suddetta attività è pubblicato sul sito *web* dell'Autorità.

Sia per l'Autorità e la RAK, parti direttamente interessate, sia per la Commissione europea che lo ha finanziato, il gemellaggio realizzato in Bosnia Herzegovina è stato un successo, dimostrato dalle parole spese dall'Ambasciatore della Commissione europea, dall'ambasciatore italiano in Bosnia Herzegovina e dal Direttore generale della RAK, nel corso delle due conferenze organizzate nell'ambito del progetto, ma anche dal consenso ottenuto dalle citate attività del gemellaggio presso gli operatori del settore. Anche grazie al buon esito del suddetto gemellaggio, la Commissione europea ha assegnato all'Autorità un nuovo progetto di gemellaggio con la RAK, che è iniziato nel mese di marzo del corrente anno e ha una durata di 8 mesi. Si tratta di un *Twinning Light*, che prevede un coinvolgimento meno intenso dell'Autorità in termini di tempo e risorse impiegate nel Paese beneficiario ma il trasferimento di conoscenze più dettagliate. A tal fine, il responsabile del progetto per l'Autorità ha programmato un aggiornamento al biennio 2005-2006 dell'analisi di mercato già effettuata nell'ambito del primo gemellaggio e ha previsto lo svolgimento di 6 corsi intensivi di 2 settimane ciascuno, sulle materie riguardanti il servizio pubblico radiotelevisivo, l'adeguamento della Bosnia Herzegovina alla Convenzione Trasfrontaliera, le modalità di esecuzione di una ricerca e analisi di mercato, le politiche tariffarie, l'*Unbundling del Local Loop (ULL)*, il *Voice over Internet Protocol (VoIP)*, la revisione dello spettro delle frequenze in vista del passaggio, alla televisione digitale terrestre e i possibili scenari di sviluppo della televisione digitale in Bosnia Herzegovina.

Il nuovo progetto di gemellaggio si concluderà il 14 novembre 2007.

## ■ 3.2. I rapporti con le istituzioni nazionali

Nel corso del periodo di riferimento, l'Autorità ha continuato a collaborare attivamente con le Istituzioni nazionali.

L'Autorità ha svolto alcune audizioni davanti al Parlamento. In particolare, il Presidente Corrado Calabrò ha riferito il 19 settembre 2006 alla I Commissione "Affari Costituzionali" della Camera dei Deputati in tema di conflitto di interessi; il 18 ottobre 2006, davanti alla VIII Commissione "Lavori Pubblici, Comunicazioni" del Senato della Repubblica in tema di prospettive del settore delle telecomunicazioni con particolare riferimento al riassetto del gruppo Telecom; il 7 febbraio 2007, davanti alle Commissioni della Camera dei Deputati VII "Cultura, Scienza e Istruzione" e IX "Trasporti, Poste e Telecomunicazioni" sul disegno di legge recante "Disposizioni per la disciplina del settore televisivo nella fase di transizione alla tecnologia digitale"; il 4 aprile 2007, davanti alla IX Commissione "Trasporti" della Camera dei Deputati su "Inefficienze e disservizi nel settore della telefonia fissa"; il 31 maggio 2007, davanti alla VII Commissione "Cultura, Scienza e Istruzione" del Senato della Repubblica, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sul cinema e lo spettacolo dal vivo.

L'Autorità ha svolto attività di consultazione con la Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, ai fini dell'emanazione dei regolamenti di rispettiva competenza, per la disciplina delle trasmissioni radiotelevisive relative alle consultazioni elettorali amministrative e referendarie.

Sono stati esaminati circa 70 atti di sindacato ispettivo inviati principalmente dal Ministero delle comunicazioni e dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri ai fini della trasmissione degli elementi di competenza dell'Autorità.

I principali temi oggetto di tali atti sono stati le tariffe applicate dagli operatori di telefonia mobile; i servizi di telefonia mobile con ricarica del credito; la tutela degli utenti nei confronti degli operatori telefonici; le truffe telefoniche; l'osservanza delle disposizioni a tutela del pluralismo politico; la pubblicità televisiva e le telepromozioni; le problematiche concernenti l'attivazione dei servizi ADSL; lo stato di avanzamento del programma per lo sviluppo della radiodiffusione sonora in tecnica digitale; la tutela dei minori.

Nel periodo di riferimento, nell'ambito della collaborazione istituzionale con l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, l'Autorità ha reso i pareri previsti dalla normativa vigente, sia in materia di pubblicità ingannevole (cfr. paragrafo 2.9), sia in occasione di numerose operazioni di concentrazione riguardanti operatori del settore delle comunicazioni. Il dettaglio delle operazioni di concentrazione su cui l'Autorità è stata chiamata a rendere il proprio parere è riportato nella tabella 3.1 La maggior parte delle operazioni ha riguardato l'acquisizione di impianti e frequenze nell'ambito del processo di digitalizzazione delle reti televisive terrestri e, in misura minore, un graduale processo di consolidamento nel settore radiofonico nel quale alcuni operatori nazionali nuovi entranti stanno completando la copertura della loro rete. E' da rilevare, inoltre, che la quasi totalità delle operazioni di concentrazione esaminate non è stata valutata come suscettibile di determinare o rafforzare una posizione dominante nei mercati interessati e non ha portato all'apertura di un procedimento. L'unico procedimento avviato dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato in occasione di concentrazione è stato quello relativo all'acquisizione da parte della società Seat Pagine Gialle S.p.A. della società 1288 SCT S.r.l. (procedimento C/8144) che si è concluso con il divieto alla realizzazione dell'operazione.

Oltre ai pareri resi sulle operazioni di concentrazione, l'Autorità si è espressa sulle proposte di provvedimento dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato relative a procedimenti per abuso di posizione dominante e intese lesive della concorrenza.

In particolare, nel maggio del 2006, l'Autorità ha espresso parere sul procedimento A362 "Diritti calcistici", relativo alla valutazione di alcuni comportamenti del Gruppo Mediaset e, in particolare, alla stipulazione di contratti di licenza pluriennali concernenti diritti di trasmissione delle partite del campionato nazionale di calcio con alcune società sportive di serie A e B. La successiva cessione a SKY dei diritti per piattaforme satellite, IPTV e cavo, intervenuta nel corso del procedimento, è stata ritenuta sufficiente a rimuovere gli effetti abusivi sul mercato della raccolta di risorse pubblicitarie, in quanto ha messo operatori alternativi in grado di programmare tali eventi nell'ambito delle proprie offerte.

Infine, nel febbraio e nel maggio 2007, l'Autorità ha reso due pareri nell'ambito del procedimento I651, relativo all'istruttoria nei confronti dell'associazione ADS-Accertamenti Diffusione Stampa e, contestualmente, dell'associazione Audipress, avente a oggetto due distinte intese restrittive della concorrenza poste in essere dalle predette associazioni al fine di non inserire la stampa gratuita (cd. *free press*) nelle rilevazioni da esse svolte in Italia a favore, rispettivamente, della stampa quotidiana e della stampa periodica. Il procedimento nei confronti di Audipress si è concluso con la presenta-

zione di alcuni impegni volti a rimuovere i problemi anticompetitivi evidenziati dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato, mentre la seconda intesa, si è conclusa con una sanzione comminata ad ADS.

In data 14 maggio 2007 (delibera 242/07/CONS), l'Autorità ha reso all'Autorità garante della concorrenza e del mercato il parere in merito allo schema di provvedimento relativo alla valutazione dell'impegno, ex articolo 14<sup>ter</sup> della legge n. 287/90, presentato da Vodafone Omnitel N.V. nell'ambito dell'istruttoria A-357 (Tele2 / TIM - Vodafone - Wind).

In particolare, l'Autorità ha fornito alcuni elementi di valutazione all'Autorità garante della concorrenza e del mercato in merito alla definizione dei mercati rilevanti (in virtù delle risultanze delle analisi di mercato relative ai mercati analoghi / affini), al grado di concorrenza che caratterizza tali mercati (tenendo conto delle eventuali differenti valutazioni nell'ambito delle analisi di mercato o di altri procedimenti) e alla valutazione degli impegni presentati dall'impresa e - più precisamente - circa l'idoneità degli impegni a superare profili anticoncorrenziali individuati nel corso dell'istruttoria.

**Tabella 3.1.** *Pareri resi all'Autorità garante della concorrenza e del mercato in merito a operazioni di concentrazione nel settore delle comunicazioni (maggio 2006 - aprile 2007)*

<b>N.</b>	<b>TIPOLOGIA</b>	<b>ARRIVO</b>	<b>PARTI</b>	<b>N. DELIBERA</b>
C/7627	Acquisizione di un ramo d'azienda	13 aprile 2006	RCS Broadcast S.p.A. / Radio shadow S.r.l.	243/06/CONS
C/7636	Acquisizione di un ramo d'azienda	13 aprile 2006	Telecom Italia Media Broadcasting S.r.l. / Teletirreno S.r.l.	244/06/CONS
C/7637	Acquisizione di un ramo d'azienda	13 aprile 2006	Telecom Italia Media Broadcasting S.r.l. / Videofirenze S.r.l.	245/06/CONS
C/7638	Acquisizione di un ramo	13 aprile 2006	Telecom Italia Media Broadcasting sS.r.l. / Jolly TV S.r.l.	246/06/CONS
C/7639	Acquisizione di un ramo	13 aprile 2006	Telecom Italia Media Broadcasting S.r.l. / Nuova Editrice Aretina S.r.l.	247/06/CONS
C/7640	Acquisizione di un ramo	13 aprile 2006	Telecom Italia Media Broadcasting S.r.l. / Teleonda S.r.l.	248/06/CONS
C/7641	Acquisizione di un ramo	13 aprile 2006	Telecom Italia Media / Videofirenze S.r.l.	249/06/CONS
C/7642	Acquisizione di un ramo	13 aprile 2006	Telecom Italia Media S.p.A. / Antenna 40 S.r.l.	250/06/CONS
C/7645	Acquisto di impianti di trasmissione radiotelevisiva e frequenze	20 aprile 2006	Autostrada BS-VR-Vi-PD; Sviluppo mobilità ; IMI Investimenti / Infracom Italia	51/06/CONS
C/7655	Acquisto di un ramo d'azienda	20 aprile 2006	RTI S.p.A. / Fintrading	252/06/CONS

<b>N.</b>	<b>TIPOLOGIA</b>	<b>ARRIVO</b>	<b>PARTI</b>	<b>N. DELIBERA</b>
C/7665	Acquisizione di un ramo d'azienda	28 aprile 2006	Monradio S.r.l. / Radio Padania Soc. coop.	268/06/CONS
C/7671	Acquisizione di un ramo d'azienda	8 maggio 2006	3lettronica S.p.A. / radiotelevisione di Campione S.p.A.	325/06/CONS
C/7681	Acquisizione di un ramo d'azienda	15 maggio 2006	Fiat Auto S.p.A./ Inaction S.r.l.	326/06CONS
C/7682	Acquisizione del controllo esclusivo	15 maggio 2006	Almaviva S.p.A. / Inaction S.r.l.	326/06CONS
A/362	Acquisizione diritti sportivi	24 maggio 2006	RTI S.p.A., Mediaset S.p.A. e FININVEST S.p.A.	415/06/CONS
C/7717	Acquisizione di un ramo d'azienda	26 maggio 2006	RTI S.p.A. / So.Pro.Di.Me.C. S.p.A. e Teleoggi S.p.A.	404/06/CONS
C/7729	Acquisizione di un ramo d'azienda	5 giugno 2006	Elettronica Industriale S.p.A. / Prima TV S.p.A.	405/06/CONS
C/7746	Acquisizione di un ramo d'azienda	12 giugno 2006	3lettronica S.p.A. / Lombardia Televisione S.r.l.	2/06/PRES* 458/06/CONS
C/7747	Acquisizione di un ramo d'azienda	12 giugno 2006	Monradio S.r.l. / Rock FM S.r.l.	1/06/PRES 459/06/CONS
C/7751	Acquisizione di un ramo d'azienda	12 giugno 2006	Nuova radio S.p.A. / Lifegate Radio S.p.A.	3/06/PRES 460/06/CONS
C/7759	Acquisizione di un ramo d'azienda	26 giugno 2006	RCS Broadcast S.p.A. / Radiant S.r.l.	439/06/CONS
C/7760	Acquisizione di un ramo d'azienda	26 giugno 2006	RCS Broadcast S.p.A. / Publiaudio S.r.l.	440/06/CONS
C/7765	Acquisizione di un ramo d'azienda	26 giugno 2006	RCS Broadcast S.p.A. / Faro S.r.l.	441/06/CONS
C/7766	Acquisto di impianti di radiodiffusione sonora	26 giugno 2006	RCS Broadcast S.p.A. / Publiaudio S.r.l.	442/06/CONS
C/7785	Acquisizione di un ramo d'azienda	4 luglio 2006	3lettronica S.p.A. / Lombardia Televisione S.r.l.	453/06/CONS
C/7786	Acquisizione di un ramo d'azienda	4 luglio 2006	3lettronica S.p.A. / Radiotelevisione di Campione S.p.A.	454/06/CONS
C/7789	Acquisizione di un ramo d'azienda	4 luglio 2006	RCS Broadcast S.p.A. / Provincia Minoritica di Cristo Re	455/06/CONS
C/7794	Acquisizione di un ramo d'azienda	4 luglio 2006	Elettronica Industriale S.p.A. / TRC Tele Radio Canicattì S.r.l.	456/06/CONS
C/7829	Acquisizione di un ramo d'azienda	13 luglio 2006	Elettronica Industriale S.p.A. / Puntomedia S.r.l.	457/06/CONS
C/7833	Acquisizione di un ramo d'azienda	24 luglio 2006	Monradio S.r.l. / Radiant S.r.l.	484/06/CONS

## 3. I rapporti istituzionali dell'Autorità

<b>N.</b>	<b>TIPOLOGIA</b>	<b>ARRIVO</b>	<b>PARTI</b>	<b>N. DELIBERA</b>
C/7834	Acquisizione di un ramo d'azienda	24 luglio 2006	Monradio S..r.l. / Publiaudio S..r.l.	485/06/CONS
C/7835	Acquisizione di un ramo d'azienda	24 luglio 2006	Monradio S..r.l. / Priverno S.r.l.	486/06/CONS
C/7839	Acquisizione del controllo esclusivo	24 luglio 2006	Caltagirone Editore S.p.A. / Società Editrice Padana S.p.A.	487/06/CONS
C/7853	Acquisizione di un ramo	28 luglio 2006	3lettronica S.p.A. / Radiotelevisione di Campione S.p.A.	4/06/PRES 513/06/CONS
C/7854	Acquisizione di un ramo	28 luglio 2006	3lettronica S.p.A. / Lombardia Televisione S.r.l.	5/06/PRES 514/06/CONS
C/7865	Acquisizione di un ramo d'azienda	28 luglio 2006	Monradio S.r.l. / Comotti S.r.l.	6/06/PRES 515/06/CONS
C/7871	Acquisizione di un ramo d'azienda	10 agosto 2006	RCS Broadcast S.p.A. / Mediatelecom Soc. coop.	505/06/CONS
C/7872	Acquisizione di un ramo d'azienda	10 agosto 2006	RCS Broadcast S.p.A. / Radio Studio 105 S.r.l.	506/06/CONS
C/7877	Acquisizione di un ramo d'azienda	10 agosto 2006	Nuova Radio S.p.A. / Publiaudio S.r.l.	507/06/CONS
C/7891	Acquisizione di un ramo d'azienda	10 agosto 2006	Elettronica Industriale S.p.A. / TV Italia S.r.l.	508/06/CONS
C/7894	Acquisizione di un ramo d'azienda	10 agosto 2006	3lettronica S.p.A. / Radiotelevisione di Campione S.p.A.	509/06/CONS
C/7895	Acquisizione di un ramo d'azienda	10 agosto 2006	3lettronica S.p.A. / Lombardia Televisione S.r.l.	510/06/CONS
C/7907	Acquisizione del controllo esclusivo	10 agosto 2006	BS Investment SGR S.p.A. / Videe S.p.A.	511/06/CONS
C/7915	Acquisizione di un ramo d'azienda	10 agosto 2006	Telecom Italia Media Broadcasting S.r.l. / Etis 2000 S.p.A.	512/06/CONS
C/7917	Acquisizione di un ramo d'azienda	25 agosto 2006	RCS Broadcast S.p.A. / Mediatelecom Soc. coop.	543/06/CONS
C/7918	Acquisizione di un ramo d'azienda	25 agosto 2006	RCS Broadcast S.p.A. / Publiaudio S.r.l.	544/06/CONS
C/7938	Acquisizione del controllo esclusivo	7 settembre 2006	Infront Sports & Media AG / Media Partners Italia S.r.l., MP Web S.r.l. e Media Partners Properties Luxembourg S.a.	546/06/CONS
C/7942	Acquisizione del controllo esclusivo	25 agosto 2006	Il Sole 24 Ore S.p.A. / gruppo GPP	545/06/CONS
C/8006	Acquisizione di un ramo d'azienda	16 ottobre 2006	Elettronica Industriale S.p.A. / Tele Radio Centro Broadcasting S.r.l.	616/06/CONS

<b>N.</b>	<b>TIPOLOGIA</b>	<b>ARRIVO</b>	<b>PARTI</b>	<b>N. DELIBERA</b>
C/8007	Acquisizione di un ramo d'azienda	16 ottobre 2006	Elettronica Industriale S.p.A. / Teletirreno Sardegna S.r.l.	617/06/CONS
C/8019	Acquisizione di un ramo d'azienda	16 ottobre 2006	Monradio S.r.l. / MAD S.r.l.	618/06/CONS
C/8024	Acquisizione del controllo esclusivo	20 ottobre 2006	Infracom S.p.A. / Netscalibur S.p.A.	647/06/CONS
C/8028	Acquisizione di un ramo d'azienda	20 ottobre 2006	RAI S.p.A. / Radiomaria	648/06/CONS
C/8031	Acquisizione di un ramo d'azienda	20 ottobre 2006	Elettronica Industriale S.p.A / Telecom Italia Media Broadcasting S.r.l.	649/06/CONS
C/8037	Acquisizione di un ramo d'azienda	2 novembre 2006	Monradio S.r.l. / Artoscana S.r.l.	668/06/CONS
C/8038	Acquisizione di un ramo d'azienda	2 novembre 2006	Monradio S.r.l. / RMB S.r.l.	669/06/CONS
C/8039	Acquisizione di un ramo d'azienda	2 novembre 2006	Monradio S.r.l. / Radiant S.r.l.	670/06/CONS
C/8040	Acquisizione di un ramo d'azienda	2 novembre 2006	Monradio S.r.l. / Priverno S.r.l.	671/06/CONS
C/8041	Acquisizione di un ramo d'azienda	2 novembre 2006	Monradio S.r.l. / Publiaudio S.r.l.	672/06/CONS
C/8047	Acquisizione di un ramo d'azienda	2 novembre 2006	RCS Broadcast S.p.A. / Nuova Radio Studio S.a.s.	673/06/CONS
C/8054	Acquisizione di un ramo d'azienda	13 novembre 2006	Elettronica Industriale S.p.a / Telediocesi Salerno S.r.l.	674/06/CONS
C/8055	Acquisizione di un ramo d'azienda	13 novembre 2006	Elettronica Industriale S.p.a / Teleradio Center S.r.l.	675/06/CONS
C/8062	Acquisizione di un ramo d'azienda	13 novembre 2006	Telecom Italia Media Broadcasting S.r.l. / Rete 7 S.p.A.	676/06/CONS
C/8067	Acquisizione del controllo esclusivo	13 novembre 2006	Il Sole 24 Ore S.p.A. / Motta architettura S.r.l.	677/06/CONS
C/8085	Acquisizione di un ramo d'azienda	27 novembre 2006	RCS Broadcast S.p.A. / Radio Musicchiere Scandiano S.n.c.	718/06/CONS
C/8103	Acquisizione del controllo esclusivo	4 dicembre 2006	Fox International Channels Italy S.r.l / Wilder S.r.l.	734/06/CONS
C/8113	Acquisizione di un ramo d'azienda	7 dicembre 2006	3elettronica S.p.A. / Edizioni GEC S.r.l.	735/06/CONS
C/8143	Acquisizione di un ramo d'azienda	15 dicembre 2006	Elettronica Industriale S.p.A. / Gestione Telecomunicazioni S.r.l.	1/07/CONS
C/8151	Costituzione di impresa comune	22 dicembre 2006	RCS Quotidiani S.p.A. / Game Media Network S.r.l.	2/07/CONS

3. I rapporti istituzionali dell'Autorità

<b>N.</b>	<b>TIPOLOGIA</b>	<b>ARRIVO</b>	<b>PARTI</b>	<b>N. DELIBERA</b>
C/8155	Acquisizione del controllo esclusivo	22 dicembre 2006	RCS Media Group S.p.A. / Digicast S.p.A.	3/07/CONS
C/8169	Acquisizione di un ramo d'azienda	22 dicembre 2006	Elemedia S.r.l. / Radio Lagouno S.r.l.	4/07/CONS
C/8170	Acquisizione di un ramo d'azienda	22 dicembre 2006	Elemedia S.r.l. / Radio Lagouno S.r.l.	5/07/CONS
C/8175	Acquisizione del controllo congiunto	22 dicembre 2006	Trefinance S.a. / OVO S.r.l.	6/07/CONS
C/8176	Acquisizione di un ramo d'azienda	22 dicembre 2006	3lettronica Industriale S.p.A. / Tele A57 S.r.l.	7/07/CONS
C/8177	Acquisizione di un ramo d'azienda	22 dicembre 2006	3lettronica Industriale S.p.A. / Telestudio S.r.l.	8/07/CONS
C/8178	Acquisizione di un ramo d'azienda	22 dicembre 2006	Telecom Italia Media Broadcasting S.r.l. / Elettronica Industriale S.p.A.	9/07/CONS
C/8188	Acquisizione del controllo esclusivo	5 gennaio 2007	Weather Investments II s.a.r.l. / Wind Telecomunicazioni S.p.A.	42/07/CONS
C/8196	Acquisizione di un ramo d'azienda	5 gennaio 2007	3lettronica Industriale S.p.A. / Radio Tele International S.r.l.	43/07/CONS
C/8197	Acquisizione di un ramo d'azienda	5 gennaio 2007	3lettronica Industriale S.p.A. / Tele Roma Due S.r.l.	44/07/CONS
C/8199	Acquisizione di un ramo d'azienda	5 gennaio 2007	RCS Broadcast S.p.A. / RBC S.r.l.	45/07/CONS
C/8202	Acquisizione di un ramo d'azienda	5 gennaio 2007	RCS Broadcast S.p.A. / Radio Communication Service S.r.l.	46/07/CONS
C/8208	Acquisizione di un ramo d'azienda	5 gennaio 2007	Monradio S.r.l. / Radio Padania Soc. coop.	47/07/CONS
C/8209	Acquisizione di un ramo d'azienda	5 gennaio 2007	3lettronica Industriale S.p.A. / Teleradio Futura Nissa S.r.l.	48/07/CONS
C/8216	Acquisizione del controllo esclusivo	5 gennaio 2007	3I Group PLC / Gruppo VNU Business Media Europe	49/07/CONS
C/8232	Acquisizione di un ramo d'azienda	12 gennaio 2007	Monradio S.r.l. / Rock FM S.r.l.	63/07/CONS
I/651/B	Decisione di impegni istruttoria Metro/Audipress	15 gennaio 2007	Audipress	68/07/CONS
C/8257	Acquisizione di un ramo d'azienda	29 gennaio 2007	RCS Broadcast S.p.A. / RTL 102,500 Hit Radio S.r.l.	67/07/CONS
C/8261	Acquisizione del controllo congiunto	2 febbraio 2007	De Agostini S.p.A. / Magnolia S.p.A.	85/07/CONS
C/8265	Acquisizione di un ramo d'azienda	2 febbraio 2007	Elemedia s.r.l. / Astrale time S.r.l.	86/07/CONS
C/8265	Acquisizione di un ramo d'azienda	8 febbraio 2007	Elemedia s.r.l. / Radio Babboleo S.r.l.	87/07/CONS

<b>N.</b>	<b>TIPOLOGIA</b>	<b>ARRIVO</b>	<b>PARTI</b>	<b>N. DELIBERA</b>
C/8281	Acquisizione di un ramo d'azienda	8 febbraio 2007	3lettronica Industriale S.p.A. / Tele Regione Campania S.p.A.	88/07/CONS
C/8291	Acquisizione di un ramo d'azienda	19 febbraio 2007	Monradio S.r.l. / Radio Padova S.r.l. e Radio Alfa S.r.l.	115/07/CONS
C/8295	Acquisizione di un ramo d'azienda	19 febbraio 2007	3lettronica Industriale S.p.A. / Associazione Video e Dintorni	116/07/CONS
C/8296	Acquisizione di un ramo d'azienda	19 febbraio 2007	Elettronica Industriale S.p.A. / Telereporter S.r.l.	117/07/CONS
C/8297	Acquisizione di un ramo d'azienda	19 febbraio 2007	Elettronica Industriale S.p.A. / Delta TV S.r.l.	118/07/CONS
C/8298	Acquisizione di un ramo d'azienda	19 febbraio 2007	Elettronica Industriale S.p.A. / Publimagic S.r.l.	119/07/CONS
C/8314	Acquisizione di un ramo d'azienda	23 febbraio 2007	Elettronica Industriale S.p.A / Nuova Franciacorta S.r.l.	132/07/CONS
C/8315	Acquisizione di un ramo d'azienda	23 febbraio 2007	Elettronica Industriale S.p.A / Multi Service Enterprise S.p.a	133/07/CONS
C/8316	Acquisizione di un ramo d'azienda	23 febbraio 2007	Elettronica Industriale S.p.A. / Canale Otto S.p.A.	134/07/CONS
C/8317	Acquisizione di un ramo d'azienda	23 febbraio 2007	Elettronica Industriale S.p.A/ Mediapason S.p.A.	135/07/CONS
C/8324	Acquisizione di un ramo d'azienda	23 febbraio 2007	Elettronica Industriale S.p.A/ Telecity S.r.l.	136/07/CONS
C/8337	Acquisizione di un ramo d'azienda	1 marzo 2007	Monradio S.r.l. / Tam Tam Network S.a.s.	137/07/CONS
C/8338	Acquisizione di un ramo d'azienda	1 marzo 2007	Elettronica Industriale S.p.A/ TLT Molise S.r.l.	138/07/CONS
C/8339	Acquisizione di un ramo d'azienda	1 marzo 2007	Elettronica Industriale S.p.A/ Tele A Molise S.p.A.	139/07/CONS
C/8355	Acquisizione di un ramo d'azienda	9 marzo 2007	Elemedia S.r.l. / Comunicazioni Parmensi S.r.l.	161/07/CONS
C/8144	Acquisito di società	12 marzo 2007	Seat Pagine Gialle S.p.A. / 1288 SCT S.r.l.	160/07/CONS
C/8370	Acquisizione del controllo esclusivo	23 marzo 2007	General Electric Company / SES Managed services S.a.s.	169/07/CONS
C/8376	Acquisizione di un ramo d'azienda	23 marzo 2007	Monradio S.r.l. / Radio Padania Soc. coop.	170/07/CONS
C/8384	Acquisizione di un ramo d'azienda	30 marzo 2007	Elettronica Industriale S.p.A/ Gold TV S.r.l.	171/06/CONS
C/8395	Acquisizione di un ramo d'azienda	30 marzo 2007	Elemedia S.r.l. / Canosa Centro S.n.c.	172/07/CONS
C/8404	Acquisizione del controllo esclusivo	5 aprile 2007	Telefonaktiebolaget LM Ericsson / Tandberg Television Asa	190/07/CONS

<b>N.</b>	<b>TIPOLOGIA</b>	<b>ARRIVO</b>	<b>PARTI</b>	<b>N. DELIBERA</b>
C/8414	Acquisizione di un ramo d'azienda	5 aprile 2007	Monradio S.r.l. / Radio Communication Services S.r.l.	191/07/CONS
C/8415	Acquisizione di un ramo d'azienda	5 aprile 2007	Elemedia S.r.l. / Radio CL1 S.r.l.	192/07/CONS
C/8423	Acquisizione di un ramo d'azienda	13 aprile 2007	Monradio S.r.l. / Via Radio S.r.l.	215/07/CONS
C/8431	Acquisizione di un ramo d'azienda	13 aprile 2007	Elettronica Industriale S.p.a / Tele Nord S.r.l.	216/07/CONS
C/8432	Acquisizione di un ramo d'azienda	13 aprile 2007	Elettronica Industriale S.p.A / Gruppo Europeo di Telecomunicazioni S.r.l	217/07/CONS
C/8443	Acquisizione di capitale	20 aprile 2007	RCS Digital S.p.A. / Automobili.com S.r.l.	218/07/CONS
I/651	Provvedimento finale istruttoria Metro/Audipress	13 aprile 2007	Audipress	243/07/CONS

\* *Provvedimenti d'urgenza adottati con decreto presidenziale e successivamente ratificati con delibera del Consiglio dell'Autorità.*

### ■ 3.3. I rapporti con il Ministero delle comunicazioni

Nel periodo di riferimento, è proseguita l'attività di collaborazione istituzionale e di confronto tra l'Autorità e il Ministero delle comunicazioni nell'ambito delle rispettive competenze e del rispetto del complesso sistema normativo.

In merito alla tematica relativa alla revisione del Piano Nazionale di Ripartizione delle Frequenze (PNRF), l'Autorità ha fornito il proprio parere riguardo allo schema di revisione del suddetto Piano, trasmesso dal Ministero delle comunicazioni. A tale proposito, l'Autorità ha evidenziato, nel proprio parere, l'esigenza di prevedere, in linea con gli sviluppi comunitari in tema di utilizzazione delle frequenze, un sistema di gestione maggiormente flessibile dello spettro radio, che unisca al rispetto del principio, già consolidato, della neutralità tecnologica anche il rispetto della neutralità dei servizi. Un altro aspetto, evidenziato nel parere, ha riguardato la necessità di procedere con le negoziazioni con il Ministero della difesa, al fine di pervenire a una rapida messa a disposizione delle frequenze nella banda 3.5 GHz per i servizi per l'accesso radio a Internet a larga banda quali, ad esempio, il WiMax.

Relativamente a tale aspetto, il Ministero delle comunicazioni ha provveduto a rendere noto all'Autorità il piano di rilascio delle frequenze in argomento, consentendo all'Autorità stessa di adottare il provvedimento (delibera n. 209/07/CONS) che disciplina le modalità di gara per i diritti d'uso delle frequenze a 3,5 GHz (cfr. paragrafo 2.5.) sulla base del quale il Ministero definirà il relativo bando di gara.

Un'occasione di fattiva collaborazione tra Ministero e Autorità è stata certamente quella successiva all'approvazione della delibera n. 502/06/CONS, concernente l'adozione del regolamento per l'istituzione della sezione speciale del Registro degli operatori di comunicazione (ROC) relativa alle infrastrutture di diffusione site nel territorio nazionale di cui all'articolo 31 della delibera n. 236/01/CONS, ("Regolamento per l'organizzazione e la tenuta del Registro degli operatori di comunicazione").

Con l'approvazione della delibera citata, è stato dato il via alla realizzazione del cosiddetto "catasto nazionale delle frequenze radiotelevisive" utile alla costituzione del primo *database* unico in grado di contenere i dati tecnici e amministrativi degli impianti di radiodiffusione televisiva, ivi incluse le infrastrutture per la diffusione dei programmi radiofonici in tecnica digitale (DAB), nonché gli impianti ripetitori di ridotta potenza denominati *gap filler* che trasmettono sul medesimo canale e, pertanto, non occupano frequenze differenti o aggiuntive rispetto al canale di emissione principale.

Per comprendere appieno l'importanza dell'iniziativa avviata di concerto con il Ministero, va considerato che, in materia di frequenze radiotelevisive, nel tempo si era creata una situazione per la quale parte degli impianti di radiodiffusione non risultava completamente nota in tutte le sue caratteristiche.

La realizzazione di un *database* unico d'intesa con il Ministero, che si avvale del ROC (istituito presso l'Autorità) e del Registro Nazionale delle Frequenze - RNF - (presso il Ministero), fa registrare, quindi, un significativo passo avanti verso la possibilità di ottimizzare la gestione dello spettro radioelettrico.

L'implementazione della sezione speciale all'interno del preesistente Registro degli Operatori di Comunicazione, riservata, allo stato, alle infrastrutture di radiodiffusione televisiva operanti sul territorio nazionale, soddisfa l'esigenza di disporre, da un lato, di uno strumento preciso di valutazione e classificazione degli impianti presenti sul territorio italiano, dall'altro, di conoscerne con esattezza le caratteristiche tecniche in ogni dettaglio, allo scopo di pianificare le operazioni di transizione al sistema di diffusione digitale.

Relativamente alla creazione del *database* unico, è stata svolta con il Ministero un'attività congiunta di analisi e di consolidamento del formato dati a disposizione degli archivi (ROC e RNF). Tale attività ha consentito di confrontare i relativi dati al fine di evidenziarne le carenze e le inesattezze e di individuare le iniziative da porre in essere per migliorare la completezza e l'affidabilità dei dati stessi.

La collaborazione con il Ministero si sta, altresì, concretizzando nello svolgimento di una serie di attività di sopralluogo presso gli impianti radiotelevisivi al fine di ottenere elementi per un riscontro sempre più puntuale dei dati dichiarati dagli operatori.

L'attività di collaborazione tra il Ministero delle comunicazioni e l'Autorità si è svolta anche in ambito internazionale. Nei mesi di maggio e giugno 2006, a compimento dei lavori preparatori e degli incontri bilaterali tenutisi precedentemente con le Amministrazioni dei paesi limitrofi, si è tenuta a Ginevra la Conferenza internazionale (RRC06) per l'elaborazione del nuovo Piano per la radiodiffusione televisiva in tecnica digitale. Alla suddetta Conferenza hanno partecipato i rappresentanti del Ministero delle comunicazioni e dell'Autorità. Poiché il Piano, elaborato in sede internazionale, assegna determinate e limitate risorse frequenziali al nostro Paese, sono stati avviati incontri tra il Ministero e l'Autorità per l'avvio di iniziative bilaterali nei confronti delle Amministrazioni estere confinanti, finalizzate al coordinamento dell'impiego delle risorse disponibili e all'individuazione di risorse frequenziali aggiuntive rispetto a quelle previste nel Piano.

Il primo incontro bilaterale è previsto nel mese di giugno con l'Amministrazione maltese.

Altri incontri sono in fase preparatoria, nel mese di luglio dovrebbero tenersi quelli con le Amministrazioni francese e svizzera.

L'Autorità, inoltre, fornirà il proprio apporto allo svolgimento delle attività relative alla fase di preparazione finale e alla definizione della delegazione nazionale nell'ambito dei lavori e degli incontri preparatori per la prossima Conferenza Mondiale delle Radiocomunicazioni (WRC 2007) che si terrà a Ginevra nei prossimi mesi di ottobre e novembre. Tali lavori vedono la responsabilità e il coordinamento del Ministero delle comunicazioni in qualità di amministrazione accreditata presso l'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni (ITU).

Un ulteriore filone di collaborazione tra l'Autorità e il Ministero ha riguardato gli interventi in tema di servizi a sovrapprezzo e di uso delle numerazioni. Il Ministero e l'Autorità hanno coordinato lo svolgimento delle attività al fine di ottimizzare la vigilanza congiunta con particolare riferimento agli usi abusivi delle numerazioni. Inoltre, il Ministero ha fornito la propria collaborazione nel procedimento di revisione del Piano Nazionale di Numerazione per il quale è in corso la relativa consultazione pubblica (cfr. paragrafo 2.4.).

In merito alla materia relativa alla qualità dei servizi, in particolare, l'Autorità, ha affrontato le tematiche inerenti ai servizi per l'accesso a internet, come previsto dalla delibera n. 131/06/CSP, recante la direttiva in materia di qualità e carte dei servizi di accesso a internet da postazione fissa, nonché la revisione della delibera n. 254/04/CSP, concernente la qualità di servizio per la telefonia fissa, inclusa la tecnologia voce su protocollo IP (VoIP). Tali attività sono state svolte in collaborazione con l'Istituto superiore delle comunicazioni e delle tecnologie dell'informazione del Ministero delle comunicazioni e con la Fondazione Ugo Bordoni (cfr. paragrafo 2.14)

La collaborazione tra il Ministero e l'Autorità è stata anche rilevante nell'ambito dello svolgimento delle attività relative all'introduzione dei servizi integrati fisso-mobile e, in particolare, della consultazione pubblica di cui alla delibera n. 713/06/CONS (cfr. paragrafo 2.3).

Per quanto riguarda il settore audiovisivo la collaborazione tra il Ministero e l'Autorità si è concretata, in particolare, nell'individuazione delle linee guida sugli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo, ai sensi dell'articolo 45, comma 4, del testo unico della radiotelevisione.

Secondo la riforma del servizio pubblico radiotelevisivo introdotta dalla legge n. 112 del 2004 e trasfusa nel citato testo unico della radiotelevisione, prima del rinnovo del contratto di servizio tra lo Stato e la Rai, l'Autorità e il Ministero, d'intesa, fissano le linee guida sugli obblighi del servizio pubblico definiti in relazione allo sviluppo dei mercati, al progresso tecnologico e alle mutate esigenze culturali, nazionali e locali.

L'Autorità ha approvato le linee guida propedeutiche al nuovo contratto di servizio dopo aver svolto un ciclo di audizioni con le categorie di settore e una consultazione pubblica alla quale hanno preso parte tutte le componenti della società civile.

Al termine di tale procedimento l'Autorità ha approvato lo schema di linee guida (delibera n. 481/06/CONS), sulle quali il Ministero delle comunicazioni ha espresso la propria intesa l'8 agosto 2006. Le linee guida sono state quindi emanate con la delibera n. 540/06/CONS.

Esse hanno costituito la cornice entro la quale il Ministero e la Rai hanno successivamente proceduto alla stesura del contratto di servizio per il triennio 2007-2009, che ha, peraltro, accolto gran parte delle innovazioni introdotte con le linee-guida,

specificando e dettagliando ulteriormente gli obblighi individuati dall'Autorità d'intesa con il Ministero.

Altro tema nel quale si è sviluppata la collaborazione tra il Ministero e l'Autorità riguarda la verifica del livello sonoro della pubblicità.

Il divieto di diffondere messaggi pubblicitari con una potenza superiore a quella ordinaria dei programmi definita in base a parametri tecnici preventivamente stabiliti è stato introdotto dall'Autorità con la delibera n. 132/06/CSP, integrativa del regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e di televendite.

Ai fini della fissazione dei parametri tecnici e delle metodologie di rilevamento del livello sonoro dei messaggi pubblicitari, l'Autorità con la delibera n. 157/06/CONS ha adottato, in via sperimentale, i parametri all'uopo elaborati dall'Istituto superiore delle comunicazioni e delle tecnologie dell'informazione del Ministero delle comunicazioni, al quale inoltre è stata richiesta una collaborazione nella vigilanza sul rispetto di tali parametri da parte delle emittenti radiotelevisive.

La proficua collaborazione che si è sviluppata con il Ministero delle comunicazioni su tale aspetto consentirà, attraverso il lavoro svolto nell'ambito di un apposito tavolo tecnico in corso di costituzione, di pervenire alla fissazione dei parametri definitivi, sviluppando così una metodologia di verifica del volume della pubblicità rispetto a quello dei programmi, antesignana in Europa.

### ■ 3.4. I rapporti con i Comitati regionali per le comunicazioni

Il ruolo dei Comitati regionali per le comunicazioni (di seguito Co.re.com.) è mutato significativamente negli anni successivi all'approvazione, avvenuta in data 25 giugno 2003, dell'Accordo quadro tra l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, la Conferenza dei presidenti delle Regioni e delle Province autonome e la Conferenza dei presidenti dell'assemblea, dei Consigli regionali e delle Province autonome, a causa dell'evoluzione normativa. Le modifiche al Titolo V della Costituzione, il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (testo unico della radiotelevisione) e la legge 3 maggio 2004, n. 112 (cosiddetta "legge Gasparri") hanno modificato e rafforzato le funzioni di governo, garanzia e controllo del sistema delle comunicazioni aventi rilevanza regionale e locale.

E' aumentato, pertanto, il "peso" di alcune funzioni dei Co.re.com., proprie o delegate dall'Autorità, quali, a titolo indicativo, la risoluzione delle controversie fra operatore e utente, la "par condicio" e la tutela dei minori.

Attualmente, sono svolte sul territorio, direttamente dai Co.re.com., le seguenti funzioni delegate:

- i. vigilanza in materia della tutela dei minori, con riferimento al settore radiotelevisivo locale, fermo il rispetto degli eventuali indirizzi stabiliti dall'Autorità;
- ii. istruzione e applicazione dell'articolo 4, comma 1, lett. e), e articolo 32 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, (testo unico della radiotelevisione) in materia di esercizio del diritto di rettifica, con riferimento al settore radiotelevisivo locale;

iii. vigilanza sul rispetto dei criteri fissati nel regolamento relativo alla pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa in ambito locale;

iv. tentativo di conciliazione nelle controversie tra gestori del servizio di telecomunicazioni e utenti.

Nella tabella 3.2 è rappresentata la situazione dei singoli Comitati, le leggi che li hanno istituiti, i Presidenti e la decorrenza delle convenzioni.

**Tabella 3.2.** *Co.re.com./Co.re.rat.: leggi istitutive, Presidente e deleghe*

<b>Comitato</b>	<b>Legge istitutiva</b>	<b>Presidente</b>	<b>Deleghe</b>
Abruzzo	legge regionale 24 agosto 2001, n. 45	Tino Fortunato Di Sipio	delibera 166/06/CONS stipula 07/09/06 decorrenza 1° ottobre 06
Basilicata	legge regionale 27 marzo 2000, n. 20	Loredana Albano	delibera 402/03/CONS stipula 18/12/03 decorrenza 1° gennaio 04
Prov. aut. Bolzano	legge provinciale 18 marzo 2002, n. 6	Hansjorg Kucera	deleghe non ancora richieste.
Calabria	legge regionale 22 gennaio 2001, n. 2	Umberto Giordano	delibera 402/03/CONS stipula 17/12/03 decorrenza 1° gennaio 04
Campania	legge regionale 1° luglio 2002, n. 9	Samuele Ciambriello	
Emilia Romagna	legge regionale 30 gennaio 2001, n. 1 modificata con l. regionale 31/10/02 n. 27	Pier Vittorio Marvasi	delibera 402/03/CONS stipula 05/02/04 decorrenza 1° marzo 04
Friuli Venezia Giulia	legge regionale 10 aprile 2001, n. 1	Franco del Campo	delibera 402/03/CONS stipula 29/01/04 decorrenza 1° febbraio 04
Lazio	legge regionale 3 agosto 2001, n. 19	Angelo Gallippi	delibera 402/03/CONS stipula 18/12/03 decorrenza 1° gennaio 04
Liguria	legge regionale 24 gennaio 2001, n. 5	Federico Filippo Oriana	delibera 402/03/CONS stipula 19/02/04 decorrenza 1° marzo 04
Lombardia	legge regionale 28 ottobre 2003, n. 20	Maria Luisa Sangiorgio	delibera 95/05/CONS stipula 03/03/05 decorrenza 1° maggio 05
Marche	legge regionale 27 marzo 2001, n. 8	Marco Moruzzi	delibera 18/04/CONS stipula 28/7/04 decorrenza 1° settembre 04
Molise	legge regionale 26 agosto 2002, n. 18	Tito Lastoria	deleghe richieste, non ancora attribuite
Piemonte	legge regionale 7 gennaio 2001, n. 1	Massimo Negarville	delibera 18/04/CONS stipula 16/06/04 decorrenza 1° luglio 04
Puglia	legge regionale 28 febbraio 2000, n. 3	Giuseppe Giacovazzo	delibera 615/06/CONS stipula 21/11/06 decorrenza 1° gennaio 2007

<b>Comitato</b>	<b>Legge istitutiva</b>	<b>Presidente</b>	<b>Deleghe</b>	
Sardegna (Co.re.rat.)	legge regionale istitutiva del Co.re.com. in via di definizione	Antonio Ghiani		
Sicilia (Comitato attualmente in fase di rinnovo)	legge regionale 26 marzo 2002, n. 2, art. 101			
Toscana	legge regionale 1° febbraio 2000, n. 10 modificata con legge regionale 28 dicembre 2001, n. 80	Marino Livolsi	delibera stipula decorrenza	402/03/CONS 28/01/04 1° febbraio 04
Prov. aut. Trento	legge provinciale 16 dicembre 2005, n. 19	Adriano Goio	delibera stipula decorrenza	695/06/CONS 16/03/07 1° aprile 07
Umbria	legge regionale 11 gennaio 2000, n. 3	Luciano Moretti	delibera stipula decorrenza	402/03/CONS 05/02/04 1° marzo 04
Valle D'Aosta	legge regionale 4 settembre 2001, n. 26	Corrado Bellora	delibera stipula decorrenza	402/03/CONS 17/12/03 1° gennaio 04
Veneto	legge regionale 10 agosto 2001, n. 18	Roberto Pellegrini	delibera stipula decorrenza	18/04/CONS 23/12/2004 1° Febbraio 05

Fonte: elaborazioni Autorità

Dalle relazioni concernenti l'attività svolta nell'anno 2006 dai Co.re.com. si evince che l'esercizio delle funzioni sinora delegate è ormai ampiamente collaudato. La disomogeneità che si riscontra tra i Comitati costituisce evidenza del fatto che taluni di essi hanno avviato progetti e promosso iniziative locali che vanno oltre le deleghe, per esempio quelle finalizzate alla formazione e alla fruizione consapevole dei *media* presso i giovani. In generale, risultano migliorati i servizi ai cittadini, anche grazie all'informatizzazione della gestione di una attività particolarmente delicata e onerosa, in termini di tempo e risorse umane, quale la risoluzione delle controversie tra operatori e utenti. Su questo fronte si è registrato, anche nel 2006, un ulteriore incremento del volume di lavoro svolto: 15.179 istanze pervenute, contro le circa 10.000 dell'anno precedente, con un aumento di circa il 50%; i casi conclusi con esito positivo variano notevolmente, se disaggregati per Regione, dal 37% al 78%; tuttavia, a questi sono da aggiungere le transazioni avvenute tra le parti prima dell'udienza. Dall'esame per materia, emerge che circa il 68% delle controversie è riferibile alla telefonia fissa, il 29% alla telefonia mobile e il resto ad altre problematiche, tra le quali la pay tv. Per quanto concerne la tipologia, più del 30% delle istanze è dovuto a contestazione della fatturazione e il 35% a servizi e profili tariffari attribuiti agli utenti senza che ne facessero richiesta. La mancata comparizione di una delle parti continua a costituire un fenomeno rilevante nella percentuale dei casi non conclusi positivamente. Essa arriva a superare, in certe Regioni, il 40% e paradossalmente, come nel caso della Calabria, l'81,2% delle mancate presenze è attribuito proprio all'utente che aveva avanzato istanza di conciliazione.

Per quanto riguarda la delega relativa alla tutela dei minori, in tutte le Regioni è aumentata l'attenzione sulla qualità della programmazione effettuata in ambito locale. Alcuni convegni e dibattiti sul rapporto tra minori e mezzi di informazione hanno coinvolto direttamente anche l'Autorità. Numerosi comitati hanno assunto iniziative

volte alla sensibilizzazione e all'informazione in materia di tutela dei minori, cercando di coinvolgere le strutture didattiche, da una parte, e di dialogare con le emittenti e con gli operatori del settore, dall'altra.

In materia di parità di accesso ai mezzi di informazione per la comunicazione politica nelle campagne elettorali e referendarie (legge 22 febbraio 2000, n. 28), le elezioni politiche del 9 e 10 aprile 2006, per il rinnovo dei due rami del Parlamento italiano, sono state uno dei momenti di maggiore intensità nel coordinamento tra i Comitati e l'Autorità, attraverso l'Unità *par condicio* appositamente costituita. La collaborazione ha riguardato tanto lo scambio tempestivo di tutte le comunicazioni necessarie (emittenti, calendari dei messaggi autogestiti e soggetti politici interessati), quanto la trasmissione di presunte violazioni suscettibili di procedimento.

Al fine di evidenziare l'attività svolta da vari Co.re.com., si rinvia alla tabella 3.3, esplicativa di alcune iniziative poste in essere, nonché di alcuni dati di sintesi relativi alla risoluzione delle controversie insorte nei rapporti tra organismi di telecomunicazioni e utenti.

---

**Tabella 3.3.** Co.re.com., attività e iniziative, risoluzione delle controversie

---

**Comitato: Abruzzo**

**Attività e iniziative:** deleghe dell'Autorità attribuite con delibera n. 166/06/CONS. La stipula della convenzione bilaterale è avvenuta il 7 settembre 2006, con decorrenza 1° ottobre. E' già stata avviata un'attività di monitoraggio a campione delle emittenti televisive regionali, dalle sedi di L'Aquila e Pescara. Il volume del lavoro svolto è riferito ai primi quattro mesi di esercizio delle deleghe.

**Risoluzione controversie:** 198 istanze pervenute  
76 udienze svolte  
24 richieste di provvedimenti temporanei.  
Tendenziale incremento istanze.

---

**Comitato: Basilicata**

**Attività e iniziative:** anno caratterizzato dall'insediamento del nuovo Comitato, nel mese di novembre. E' proseguita l'attività di monitoraggio regionale, focalizzata soprattutto sul rapporto tra *media* e minori. Progetti svolti: "Focus media 2006"; "Internet e minori"; "Media e minori" (articolato in quattro differenti ricerche). E' stato realizzato un vademecum, rivolto ai soggetti politici, degli adempimenti per il pluralismo politico. Registrata una sola denuncia per il mancato rispetto della *par condicio*: il caso della "Lista Emma Bonino/La rosa nel pugno" contro la testata regionale Rai.

**Risoluzione controversie:** 471 istanze pervenute  
281 udienze svolte  
10 operatori chiamati in causa  
156 esiti positivi  
116 esiti negativi  
61 assenze di almeno una parte  
1 accordo parziale  
19 accordi preventivi  
74% di risoluzioni.

---

**Comitato: Provincia autonoma Bolzano**

**Attività e iniziative:** deleghe dell'Autorità non ancora richieste. Ha svolto funzioni proprie, non delegate dall'Autorità.

**Comitato: Calabria**

**Attività e iniziative:** attività di monitoraggio finalizzata alla tutela dei minori, per un periodo effettivo di visione quantificato in oltre 1.325 ore. Due direttrici principali: a) vigilanza sul rispetto delle norme contenute nel testo unico per le imprese radiotelevisive e nel codice di autoregolamentazione TV minori; b) analisi del palinsesto televisivo nella fascia oraria protetta. Le emittenti monitorate hanno sostanzialmente osservato la normativa vigente, ad eccezione di qualche immagine, scena o dialogo. E' stato riproposto un questionario volto ad approfondire l'influenza

della televisione sulla formazione psicologica dei ragazzi delle ultime tre classi di tutte le scuole medie superiori. I risultati della ricerca sono in corso di elaborazione.

**Risoluzione controversie:** 2.888 istanze pervenute  
1.971 portate in udienza  
30 istanze improcedibili  
175 non portate in udienza per mancata integrazione  
40,6% mancate comparizioni  
81.2% delle mancate comparizioni dovute all'assenza dell'utente.

**Comitato: Campania**

**Attività e iniziative:** ha svolto le funzioni proprie, non delegate dall'Autorità.

**Comitato: Emilia Romagna**

**Attività e iniziative:** ha avviato un'attività di raccordo con altri Comitati per verificare le criticità gestionali più frequenti nell'esercizio delle funzioni delegate. Ha proseguito la collaborazione con L'Osservatorio di Pavia per le attività di monitoraggio sulla programmazione televisiva locale, con particolare riferimento alla tutela dei minori. Campagna "Tu e la TV", per la diffusione, presso i ragazzi di 6-14 anni, del codice di autoregolamentazione TV e minori. Pubblicato un numero speciale del periodico Co.re.com. *on line* con una guida per i docenti. Schede di rilevazione sono state distribuite in ogni scuola primaria e secondaria di I° grado. Sono in corso sviluppo e implementazione (con sedi a Parma e a Forlì-Cesena) di un sistema di monitoraggio che consente il controllo remoto, sulle 24 ore e settimanale, nonché l'archiviazione delle registrazioni e la consultazione a livello intranet e internet.

**Risoluzione controversie:** 1.005 istanze pervenute  
1.079 udienze svolte  
69% per telefonia fissa  
28% per telefonia mobile  
3% per *pay tv*  
32% per contestazione fattura  
20% per sospensioni, interruzioni o ritardi dei servizi  
13% per internet/ADSL  
35% per servizi e profili tariffari non richiesti  
40% esiti positivi  
74 richieste di interventi temporanei di riattivazione.

**Comitato: Friuli Venezia Giulia**

**Attività e iniziative:** per la tutela dei minori, sono stati predisposti due monitoraggi televisivi: il monitoraggio delle emittenti regionali "Telegiornali allo specchio 2006 - Minori e presenza femminile nell'informazione televisiva" (dal 10/05/06 al 23/06/2006) e il monitoraggio "Palinsesto 2006" (dal 3 al 9 luglio 2006, 24 ore su 24). I dati raccolti vanno ad intrecciarsi con quelli ricavati dalla ricerca "Giovani e *mass-media*", osservatorio permanente istituito nel 2004. E' stato avviato un censimento delle radio e delle televisioni con sede nella Regione, in previsione della delega dell'Autorità relativa al Registro degli Operatori di Comunicazione. Attività di promozione del dialogo tra Regione e Rai per la piena realizzazione di una televisione transfrontaliera.

**Risoluzione controversie:** 821 istanze pervenute  
271 udienze svolte  
464 esiti positivi  
324 esiti negativi  
517 risoluzioni preventive  
219 mancate comparizioni  
788 contenziosi conclusi  
1.582 utenti al Numero verde  
1.403 utenti allo sportello per il pubblico.

**Comitato: Lazio**

**Attività e iniziative:** monitoraggio televisivo a campione, in tempo reale, nella fascia oraria protetta. E' allo studio un sistema con postazioni nelle cinque province. Avviata un'azione per la promozione della qualità dei programmi radiotelevisivi: "Bollino qualità". Nessuna violazione del

Regolamento per la pubblicazione e diffusione dei sondaggi. Nessuna istanza di esercizio del diritto di rettifica.

**Risoluzione controversie:** 4.350 istanze pervenute  
3.350 udienze svolte  
45% di mancate conciliazioni  
44 provvedimenti temporanei  
Sistema informatico di gestione istanze.

**Comitato: Liguria**

**Attività e iniziative:** attività di vigilanza per la tutela dei minori, con monitoraggio televisivo a campione. Sono in fase progettuale una sala di monitoraggio e la creazione di un unico sistema digitale di registrazione e archiviazione dei contenuti televisivi su supporto informatico, programmabile sia dalle sede del Comitato, sia da postazioni remote. E' stata avviata la realizzazione di una banca dati regionale degli operatori di comunicazione. Istituito il centro di documentazione "Comunicazione e *media*", aperto a studenti, giornalisti e operatori del settore.

**Risoluzione controversie:** 692 istanze pervenute  
500 casi trattati  
172 esiti positivi  
28 intervenuta transazione  
196 mancate conciliazioni  
101 mancate comparizioni  
3 rinunce  
52 richieste di provvedimento temporaneo.

**Comitato: Lombardia**

**Attività e iniziative:** tutela dei minori: attività di sensibilizzazione degli operatori sulla programmazione radiotelevisiva rivolta ai minori. Le ricerche hanno evidenziato un numero modesto di violazioni lievi e la mancanza quasi totale di programmi rivolti a bambini e ragazzi nella fascia oraria protetta, occupata dalle televendite. Promozione e realizzazione del I° Festival internazionale della TV di qualità per ragazzi: "Ragazzi che tivù" con diversi forum, incontri, mostre e un laboratorio audiovisivo gestito dalla scuola media "Sabin". Nessun caso di intervento del Comitato per l'esercizio del diritto di rettifica e la pubblicazione e diffusione di sondaggi.

**Risoluzione controversie:** 2.573 istanze pervenute  
832 udienze svolte  
310 esiti positivi (circa il 37%)  
440 risoluzioni preventive  
179 richieste di provvedimento temporaneo  
8 provvedimenti temporanei adottati.

**Comitato: Marche**

**Attività e iniziative:** non ha ancora avviato una propria regolare attività di monitoraggio televisivo, limitandosi all'analisi dei dati di Auditel sulle emittenti del territorio. E' stata svolta una analisi delle programmazioni locali in fascia protetta, con particolare attenzione alla tipologia dei contenuti, senza riscontrare violazioni. E' stata contattata la Rai per un progetto di telegiornale nelle scuole, realizzato dagli studenti con il supporto di professionisti del settore. E' stato promosso un convegno nazionale sul tema delle conciliazioni. Istruttoria preliminare di raccordo con l'Autorità.

**Risoluzione controversie:** 364 conciliazioni svolte  
172 esiti positivi  
111 esiti negativi  
81 mancate comparizioni.

**Comitato: Molise**

**Attività e iniziative:** è in corso la fase istruttoria per l'attribuzione delle deleghe. Il Comitato ha svolto funzioni proprie, non delegate dall'Autorità.

**Comitato: Piemonte**

**Attività e iniziative:** prosecuzione del progetto "Obiettivo minori", in collaborazione con la Direzione regionale del Ministero dell'università e della ricerca. E' stata rinnovata la collaborazione con il Dipartimento di studi politici dell'Università di Torino per un monitoraggio della comunicazione istituzionale e politica sul TGr e sui notiziari delle principali emittenti televisive del Piemonte. E'

stato promosso il convegno "Comunicazione e rapporti transfrontalieri delle minoranze alpine".

**Risoluzione controversie:** 1.817 istanze pervenute  
1.824 udienze complessive  
78,22% di esiti positivi  
21,18% di esiti negativi  
170 richieste di provvedimenti temporanei  
39 provvedimenti temporanei emessi.

**Comitato: Puglia**

**Attività e iniziative:** deleghe attribuite con delibera n. 615/06/CONS. Accordo siglato il 21 novembre 2006, con decorrenza 1° gennaio 2007. La prima rendicontazione è prevista, ai sensi della convenzione sottoscritta, alla fine del primo semestre di sperimentazione.

**Comitato: Sardegna (Co.re.rat.)**

**Attività e iniziative:** è in corso l'iter legislativo regionale per l'emanazione di una legge istitutiva del Comitato regionale per le comunicazioni. Ha svolto funzioni proprie, non delegate dall'Autorità.

**Comitato: Sicilia**

**Attività e iniziative:** Comitato in fase di rinnovo a seguito di modifiche delle competenze regionali. Ha svolto le funzioni proprie, non delegate dall'Autorità.

**Comitato: Toscana**

**Attività e iniziative:** prosecuzione della convenzione con l'Istituto degli Innocenti per il monitoraggio sperimentale "I minori nell'informazione televisiva locale". E' stato promosso, d'intesa con l'Autorità, il seminario "Tutela dei minori. Giornate di studio per il monitoraggio dell'emittenza locale" (San Rossore, luglio 2006), assieme ai Co.re.com. Toscana, Lombardia e Calabria.

**Risoluzione controversie:** 687 istanze  
52 richieste di provvedimento temporaneo  
65% incremento delle istanze dall'anno precedente.

**Comitato: Provincia autonoma Trento**

**Attività e iniziative:** deleghe attribuite con delibera dell'Autorità n. 695/06/CONS. Accordo siglato il 5 febbraio 2007, con decorrenza dal 1° marzo successivo. La prima rendicontazione è prevista, ai sensi della convenzione sottoscritta, alla fine del primo semestre di sperimentazione.

**Comitato: Umbria**

**Attività e iniziative:** la programmazione delle emittenti è stata analizzata per due giorni al mese, con produzione di report trimestrali: i risultati del monitoraggio sono stati pubblicati con il titolo "Le tv locali e i minori. Indagine conoscitiva sull'emittenza televisiva umbra". E' stata svolta la ricerca "La magia nell'emittenza televisiva umbra", volta ad individuare la presenza di cartomanti nei palinsesti locali. Indetto il concorso regionale "Comunicare in Umbria", con l'obiettivo di incentivare e valorizzare la creatività e la produzione radiotelevisiva e telematica della Regione, compresi i prodotti delle scuole della Regione.

**Risoluzione controversie:** 373 istanze  
38 conciliate  
139 non conciliate  
18 procedimento in corso  
1 parzialmente conciliata  
177 rinviate al 2007  
58 udienze svolte.

**Comitato: Valle d'Aosta**

**Attività e iniziative:** per la tutela dei minori, oltre all'attività ordinaria di monitoraggio a campione delle emittenti locali, il Comitato ha trasmesso all'Autorità, per le valutazioni e le determinazioni del caso, una precisa e puntuale relazione circa la programmazione presente sui canali satellitari, frutto di un monitoraggio svolto sulla fascia oraria protetta, dalle ore 16.00 alle 19.00. Sono stati tenuti un ciclo di conferenze e uno stage di formazione e orientamento sulla comunicazione (4-12 settembre 2006).

**Risoluzione controversie:** 29 udienze svolte

11 con esito positivo  
3 con esito negativo  
9 assenza di una delle parti  
1 caso di incompetenza territoriale  
2 recuperi crediti  
3 transazioni prima dell'udienza.

---

**Comitato: Veneto**

**Attività e iniziative:** attività di monitoraggio effettuata nei periodi elettorali. Per la tutela dei minori, sono state svolte azioni di informazione nelle scuole, con il coinvolgimento, considerato il dialogo particolare degli anziani con i minori, della Università della terza età. Forte incremento di denunce e segnalazioni nelle aree in cui maggiore è stata l'azione di alfabetizzazione promossa dal Comitato. Prosecuzione del premio giornalistico "Emilio Vesce", rivolto alle emittenti radiotelevisive locali e alle testate giornalistiche locali e nazionali: edizione 2006 dedicata a "Pluralismo e qualità dell'informazione".

**Risoluzione controversie:** 652 istanze (+104% rispetto al 2005)  
53% esiti positivi  
30% telefonia fissa  
10,4% telefonia mobile  
12,3% traffico non riconosciuto  
16,7% contestazione addebiti  
75 richieste interventi temporanei.

---

Si evidenzia che in quattro regioni e in una provincia autonoma, i comitati non sono ancora pienamente operativi e, dunque, in grado di richiedere all'Autorità il conferimento delle funzioni delegate.

Al fine di completare il quadro istituzionale dei comitati regionali per le comunicazioni, l'Autorità ha promosso azioni di sensibilizzazione verso gli enti locali competenti.

La valutazione complessiva dell'esperienza dei comitati che hanno concluso il triennio di attività e di quelli di più recente istituzione ha costituito il presupposto per l'approvazione della delibera n. 666/06/CONS che ha sancito la chiusura della fase sperimentale dell'esercizio delle funzioni delegate ai Co.re.com. e il passaggio al regime ordinario, con decorrenza dal 1° gennaio 2007, anche in accoglimento delle richieste dei Comitati stessi.

Alla luce delle nuove prospettive, si sono svolti incontri preliminari all'apertura di un tavolo con la Conferenza Stato-Regioni, al fine di definire il percorso successivo, verificando e concordando la disponibilità di nuove risorse e il conferimento di ulteriori deleghe o l'ampliamento di funzioni già delegate. L'Autorità, infatti, si è espressa positivamente sull'avvio di un percorso finalizzato a delegare il monitoraggio radiotelevisivo locale e alcuni comitati hanno già manifestato la disponibilità a esercitare tale funzione. In particolare, pur in assenza di formale conferimento di delega, in alcune Regioni sono state attivate autonome soluzioni di monitoraggio (accordi con Ispettorati del Ministero delle comunicazioni, con le Università, con i Centri di rilevazione, ecc.) che sono oggetto di analisi, da parte dell'Autorità, per l'individuazione di un modello.

Dopo una ricognizione della situazione sono stati formalmente costituiti due Gruppi di lavoro interni all'Autorità, con gli obiettivi di individuare linee guida e modalità operative delle eventuali deleghe, rispettivamente per il monitoraggio radiotelevisivo a livello locale e per la tenuta locale del Registro degli operatori di comunicazione. Si tratta, in ambedue i casi, di deleghe che verranno affidate ai Co.re.com. che ne faranno richiesta e che saranno in possesso dei requisiti.

A questo scopo, sono state assunte nel 2007, in collaborazione con i Co.re.com., iniziative formative sulle seguenti tematiche: Registro degli Operatori di Comunicazione, Bologna, 9 marzo; "Par condicio", Mestre, 16 aprile e Firenze 19 aprile; Monitoraggio dell'emittenza locale, Perugia, 11 maggio.

Più recentemente, in seguito all'adozione della delibera n. 173/07/CONS, recante "Approvazione del regolamento sulle procedure di risoluzione delle controversie tra operatori di comunicazione e utenti" sono stati approfonditi, gli aspetti di competenza ed è stato promosso un seminario nel mese di giugno 2007 sull'applicazione della nuova delibera e sulla casistica emergente.

### ■ 3.5. I rapporti con le Università e gli enti di ricerca

L'Autorità promuove, condivide e cura lo sviluppo delle necessarie competenze professionali che qualificano la propria attività istituzionale e tecnica consentendole di svolgere un ruolo rilevante nel mondo delle comunicazioni elettroniche, in grado di rispondere all'evoluzione di mercati sempre più transfrontalieri ed interconnessi.

Si tratta di un obiettivo primario per la missione dell'Autorità, perseguito attraverso intensi e fruttuosi rapporti con il mondo accademico e con i centri di ricerca nazionali e internazionali.

L'impegno a sviluppare sempre più stretti rapporti con il mondo accademico e della ricerca, regolati di consueto con lo strumento della Convenzione bilaterale, è volto ad attivare collaborazioni strutturali che consentano all'Autorità di rispondere all'esigenza di presidiare l'evoluzione/innovazione tecnologica e normativa nel settore delle comunicazioni elettroniche.

Tale rete di rapporti ha indotto, pertanto, una virtuosa e proficua collaborazione, fondata sul dialogo continuo come presupposto per un reale arricchimento in materia di innovazione tecnologica e di sviluppo nel settore delle comunicazioni e dei servizi multimediali, che si basa sullo scambio di informazioni e professionalità e si concreta nella reciproca contribuzione, necessaria anche per la definizione congiunta di temi di ricerca e la partecipazione a progetti di ricerca comune.

Preziose occasioni di confronto a tal fine sono state realizzate con la partecipazione dell'Autorità a gruppi di ricerca legati al mondo accademico, come ad esempio con la LUISS (Libera Università Internazionale degli Studi Sociali – Guido Carli) attraverso il GRIF (Gruppo di ricerche industriali e finanziarie). Tra i principali *workshop*, che hanno visto la partecipazione di qualificate voci dell'Autorità, si ricordano: "Rai e servizio pubblico: oltre il dibattito politico"; "Architettura istituzionale e competenze delle Autorità, nel contesto nazionale e internazionale"; "Le tariffe del *roaming* internazionale: verso il principio dell'*home pricing*"; "Revisione del quadro regolatorio comunitario delle comunicazioni elettroniche: stato dell'arte e questioni aperte" e "Reti e servizi convergenti: uno sguardo agli scenari futuri dell'industria e delle comunicazioni elettroniche".

Un indice dell'interazione continua e costante con esperti e studiosi del settore è testimoniato anche dai convegni, giornate di studio e seminari promossi e sostenuti

dall'Autorità (tra i principali temi trattati si ricordano: "La revisione del nuovo quadro regolamentare in materia di comunicazioni elettroniche: il percorso inglese e quello dell'Unione europea", "Complementarità e sostituibilità tra canali pubblicitari: aspetti empirici e profili metodologici", "Le comunicazioni elettroniche a banda larga attraverso la rete di distribuzione dell'energia elettrica", "L'industria dei contenuti nella discontinuità tecnologica. IPTV (*Internet Protocol Television*) e Web TV: scenari e prospettive di mercato", "L'impatto dei processi di liberalizzazione e privatizzazione sui servizi di telefonia vocale su rete fissa in Italia" e gli "Aspetti sulla tecnologia *Wi-Max*").

Ultimo ma non meno importante esempio significativo è rappresentato, in tale quadro, dai rapporti attivati con le più importanti Università italiane e con le principali Scuole di formazione, nonché dalle Convenzioni stipulate tra l'Autorità e autorevoli istituti nazionali.

A tal riguardo si ricordano, a titolo di esempio, le collaborazioni/accordi con:

i. l'Istituto nazionale di statistica (Convenzione finalizzata allo svolgimento di uno studio metodologico sulla qualità dell'informazione statistica diffusa dall'indagine sugli ascolti televisivi);

ii. le più importanti Università italiane (Convenzioni finalizzate a sostenere lo svolgimento di *master* e corsi di perfezionamento per giovani ad elevato potenziale, al fine di supportare il processo di formazione nelle materie di interesse dell'Autorità);

iii. la Presidenza del Consiglio ministri - Scuola superiore per la pubblica amministrazione (SSPA) – Settore innovazione (Realizzazione del Piano di formazione professionale relativo al biennio 2005 – 2007 per i dipendenti dell'Autorità).

### ■ 3.6. Il Consiglio Nazionale degli Utenti

Il Consiglio nazionale degli utenti è chiamato dalla legge istitutiva, articolo 1, comma 28, della legge 31 luglio 1997, n. 249, a esprimere pareri e formulare proposte all'Autorità, al Parlamento, al Governo e agli altri organismi pubblici e privati competenti in materia audiovisiva, su tutte le questioni concernenti la salvaguardia dei diritti e le legittime esigenze dei cittadini, quali soggetti attivi del processo comunicativo, nonché a promuovere iniziative di confronto e di dibattito su detti temi.

La legge istitutiva richiama espressamente tra le questioni di competenza del Consiglio l'affermazione dei diritti e della dignità della persona e le particolari esigenze dei minori.

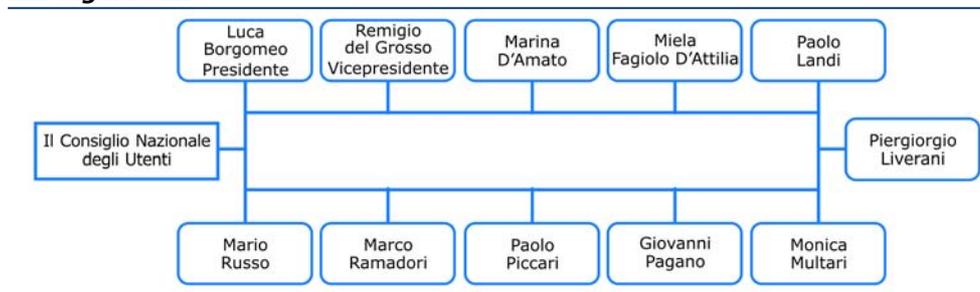
Attivo, nella sua attuale composizione, dal 28 febbraio 2006, il Consiglio nazionale degli utenti, importante organo collegiale consultivo dell'Autorità, sensore innervato nel mondo dell'utenza con il quale consente un rapporto continuo e uno scambio costante di orientamenti, suggerimenti e informazioni, ha ormai avviato in pieno la sua attività, sotto la presidenza di Luca Borgomeo, contribuendo, in maniera estremamente costruttiva, sempre nel rispetto delle reciproche competenze, all'espletamento delle funzioni dell'Autorità e perseguendo, in modo puntuale e tempestivo, l'adempimento dei suoi specifici compiti.

La missione del Consiglio si concretizza nell'esercizio delle importanti attribuzioni conferitegli dalla legge, con specifico riferimento agli interessi degli utenti dei servi-

zi di telecomunicazioni e radiotelevisivi e alle particolari esigenze di tutela dei minori, nell'attuazione delle istanze democratiche di salvaguardia della dignità umana, del pluralismo, dell'obiettività, completezza e imparzialità dell'attività informativa e di comunicazione, dell'apertura alle diverse opinioni, tendenze politiche, sociali, culturali e religiose; istanze che costituiscono il tessuto connettivo di uno stato democratico.

Il Consiglio nazionale degli utenti, valorizzato dall'attuale composizione che assicura, con undici membri (figura 3.1) designati da ventiquattro associazioni a carattere nazionale di utenti, consumatori, telespettatori, genitori e persone diversamente abili, l'espressione del più ampio e variegato pluralismo di esperienze e di posizioni socio-culturali, ricava la sua effettiva rappresentatività dall'insieme delle associazioni che hanno proposto le candidature e soprattutto dall'intero complesso dei cittadini utenti e consumatori dei servizi radiotelevisivi e di telecomunicazione che è chiamato dalla legge a rappresentare e tutelare.

**Figura 3.1.**



Il Consiglio, nel periodo di riferimento, è intervenuto puntualmente, con pareri e proposte, in tutte le materie di sua competenza al fine di tutelare l'utenza in generale e quella più vulnerabile in particolare, conformando la propria attività ai precetti costituzionali in materia di libertà e diritti di informazione e di comunicazione. Ha profuso, infatti, gran parte del suo impegno nel tutelare i minori non attraverso l'imposizione di vincoli di carattere censorio, ma promuovendo la diffusione di una cultura della qualità e del rispetto della dignità del cittadino utente. Il Consiglio, inoltre, ha sostenuto la necessità che si affermi un orientamento che ponga al centro gravitazionale del settore delle comunicazioni le esigenze e le attese dei cittadini che, utenti di un servizio pubblico o per il pubblico, non debbono essere visti esclusivamente come destinatari finali di prodotti commerciali, ma quali protagonisti del processo comunicativo.

In particolare, il Consiglio, che rende, peraltro, al Parlamento, al Governo e all'Autorità, una relazione annuale sull'attività svolta, ha, con delibera dell'8 maggio 2006, chiesto all'Autorità di esercitare specifici controlli su tutti i dispositivi messi in atto dagli operatori di telefonia mobile al fine di tutelare gli adolescenti che, utilizzando il telefono cellulare, possono accedere a materiale vietato ai minori. In particolare, è stata segnalata la necessità di implementare una serie di misure di sicurezza quali, ad esempio, la previsione di apposite password per l'accesso ai siti vietati ai minori, l'esclusione dell'accesso al materiale pornografico, l'obbligo per gli operatori di verificare il funzionamento dei sistemi di blocco e di controllo, l'erogazione di specifiche sanzioni per le aziende che non attivino sistemi di tutela dei minori. Dopo aver effettuato un'attenta indagine conoscitiva e, alcune audizioni con i maggiori operatori del settore, il Consiglio ha adottato la delibera n. 7 del 16 ottobre 2006, concernente "Telefonia mobile e minori" con la quale si auspicava un incisivo intervento dell'Autorità sulla tematica in questione.

L'Autorità, considerati, tra l'altro, gli esiti dell'indagine conoscitiva riportati nella delibera e riguardanti la lacunosità della regolamentazione e dell'autoregolamentazione vigenti, i limiti di efficacia delle misure implementate dai fornitori dei servizi al fine di precludere ai minori l'accesso ai contenuti per adulti, la carenza di pubblicità sulla possibilità di disattivare i servizi a contenuto sensibile, ha adottato la delibera n. 661/06/CONS concernente "Misure di sicurezza in materia di tutela dei minori da implementare sui terminali mobili di videofonia". Il Consiglio ha espresso la propria soddisfazione per la decisione dell'Autorità e, in particolare, per le indicazioni date agli operatori sulle misure da adottare per mettere in grado i genitori, o chi ne fa le veci, di regolare l'accesso dei minori ai contenuti audiovisivi e multimediali riservati a un pubblico adulto. Il Consiglio ha manifestato analogo apprezzamento per la delibera n. 662/06/CONS che ha istituito un tavolo tecnico permanente di consultazione fra l'Autorità e le associazioni dei consumatori, di cui all'articolo 1, comma 1, lett. b) della delibera n. 418/04/CONS, e che ha previsto, nei confronti del medesimo Consiglio, una periodica informativa sulle principali tematiche emerse durante i lavori.

Il Consiglio ha, inoltre, condiviso pienamente i contenuti dell'atto di indirizzo, concernente il rispetto dei diritti fondamentali della persona, della dignità personale e del corretto sviluppo fisico, psichico e morale dei minori nei programmi di intrattenimento, di cui alla delibera n. 165/06/CSP con la quale la Commissione servizi e prodotti dell'Autorità è intervenuta su temi che il Consiglio segue con particolare attenzione e la cui rilevanza ha più volte posto in evidenza.

Un particolare esempio di efficace sinergia tra l'attività del Consiglio e quella dell'Autorità si è verificato con l'emanazione della delibera n. 55/07/CSP, concernente misure e raccomandazioni nei confronti della società Auditel in materia di rilevazione degli indici di ascolto, nella quale ha trovato ampio spazio la proposta di una radicale modifica dei sistemi di rilevazione degli ascolti avanzata, con delibera n. 13 del 19 febbraio 2007, dal Consiglio che attribuisce grande importanza a questo tema in quanto ritiene che gli indici di ascolto, influenzando fortemente la programmazione, incidono sui diritti e gli interessi degli utenti.

La riforma del sistema in materia deve, a parere del Consiglio, basarsi sull'esistenza di un organismo di controllo pubblico dotato di ampi poteri che garantisca il rispetto delle regole di governance, vigili sull'osservanza dei protocolli metodologici di indagine da parte di tutte le società di rilevazione, sulla convalida a livello statistico di detti protocolli, sulla corretta divulgazione degli indici rilevati e sulla composizione strutturale del campione che deve rispecchiare il grado di penetrazione delle varie piattaforme tecnologiche, nonché riscontrare i dati d'ascolto per i diversi target di utenza. Il Consiglio ha, inoltre, sostenuto la necessità che nei consigli di amministrazione delle società di rilevazione siano rappresentati tutti i diversi interessi dei soggetti che strutturano il mercato di riferimento e che nei comitati tecnici vengano inseriti rappresentanti dell'organo pubblico di controllo e degli utenti al fine di facilitare il monitoraggio delle modalità di ricerca, la verifica dell'indirizzo strategico delle società e l'introduzione di elementi di valutazione della qualità dei programmi. Particolarmente importante è l'affermazione del Consiglio, valorizzata nella delibera dell'Autorità, che gli indici di ascolto ricadono nella sfera pubblica soprattutto quando la loro rilevazione e il loro uso incidono su valori che è di interesse generale tutelare. Essi, infatti, intervenendo sul mercato della raccolta pubblicitaria influiscono sull'articolazione dei mezzi di comunicazione essenziale per garantire la libertà di espressione e il pluralismo dell'informazione.

Il Consiglio si è espresso anche in merito alle tematiche inerenti l'indagine conoscitiva indetta dall'Autorità con la delibera n. 342/06/CONS recante "Avvio di un'indagine conoscitiva sui servizi di telefonia mobile con ricarica del credito", auspicando una dimostrazione - da parte degli operatori - di sensibilità sociale con l'autonoma decisione di eliminare i costi di ricarica gravanti sugli utenti finali.

A margine del procedimento dell'Autorità avente per oggetto la revisione delle condizioni economiche agevolate, riservate a particolari categorie di clientela, per i servizi telefonici accessibili al pubblico, di cui alla delibera n. 612/06/CONS, Il Consiglio ha proposto la riduzione per i non vedenti e non udenti del costo degli SMS, degli MMS e delle video chiamate, e l'introduzione di piani tariffari agevolati. Il Consiglio nazionale degli utenti ha affrontato la tematica relativa alla diffusione dei videogiochi che propongono modelli comportamentali violenti e contenuti pericolosi e che, pertanto sono inadatti ai minori. Su tale materia il Consiglio, pur riconoscendo il valore artistico di alcuni videogiochi, ha affermato la necessità che l'uso da parte dei minori di particolari tipologie di essi debba essere controllato al fine di tutelare il loro sviluppo psicofisico. Il Consiglio ha anche evidenziato che l'attuale codice di autoregolamentazione PEGI (*Pan European Game Information*) non prevede sanzioni realmente dissuasive nei confronti dei produttori che mettono in commercio videogiochi indicando, ai fini della loro fruizione, fasce di età non compatibili con i contenuti veicolati. Il Consiglio, inoltre, ha sollecitato una sostanziale revisione dei criteri di applicazione del Codice e della sua gestione nell'ottica di superare l'ambigua identità tra controllori e controllati.

Con l'adozione della delibera del 2 aprile 2007 il Consiglio, dopo aver effettuato una serie di audizioni con operatori del settore, è intervenuto sul tema della riforma delle Commissioni di revisione cinematografica sostenendo la necessità di superare l'attuale sistema pervenendo a un radicale mutamento delle normativa vigente, al fine di assicurare, anche nel contesto delle profonde trasformazioni in atto nel panorama della produzione audiovisiva, un'efficace azione di tutela dei minori nel quadro delle garanzie costituzionali. La proposta si articola sulla definizione di una griglia di valutazione comprendente criteri oggettivi e omogenei; per l'autocertificazione dei film da parte della stessa produzione e della distribuzione in caso di prodotti stranieri; sul controllo da parte di un organismo pubblico indipendente, munito di efficaci poteri sanzionatori, che verifichi il rispetto delle procedure e dei criteri di valutazione scegliendo i film da sottoporre a revisione sulla base di segnalazioni, di notizie sui contenuti del film o anche di scelte effettuate a campione.

In più di una occasione il Consiglio ha affermato di essere contrario all'aumento del canone Rai, ritenendo, in particolare, ingiustificato procedere ad aumenti prima della conclusione del contratto di servizio nel quale, a suo parere, si sarebbero dovuti definire gli obblighi della concessionaria rispetto al servizio pubblico e al suo finanziamento, all'incidenza nel bilancio delle trasmissioni di servizio pubblico e alla loro facile identificabilità, all'entità del gettito pubblicitario e al condizionamento che esso provoca sulla programmazione radiotelevisiva. Il Consiglio ha ritenuto, inoltre, di dover dare sul contratto di servizio un proprio contributo di riflessione rivolto a rappresentare le esigenze di garanzia dei diritti e della dignità delle persone. Ha, quindi, formulato un'ampia e circostanziata relazione nella quale ha sottolineato che la comunità dei cittadini utenti, pur non essendo parte formale del contratto, può a buon diritto essere considerata parte sostanziale in quanto composta dai destinatari e finanziatori del servizio pubblico ed è quindi opportuno e doveroso che siano valutate e considerate le sue proposte. In particolare, il Consiglio ha proposto che l'attività della Rai sia orientata integralmente alla prospettiva del servizio pubblico, che si caratterizzi per la ricerca di un'*audience* basata

sulla qualità dell'offerta e sulla promozione della crescita qualitativa della domanda da parte dell'utenza, rinunciando a forme di concorrenza con le emittenti private che vadano a detrimento della qualità dei programmi. La Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi ha ritenuto opportuno, nell'ambito dell'esame del contratto di servizio, dedicare un'audizione al Consiglio e acquisirne la relazione che, in occasione di un incontro, è stata consegnata dal Presidente del Consiglio nazionale degli utenti al Ministro delle comunicazioni.

Il Consiglio, cogliendo appieno le finalità dell'intervento dell'Autorità di cui alla delibera n. 23/07/CSP, recante "Atto di indirizzo sul rispetto dei diritti fondamentali della persona e sul divieto di trasmissioni che presentano scene pornografiche", ha condiviso l'iniziativa esprimendo il proprio apprezzamento, soprattutto per la maggiore incisività delle sanzioni, auspicando che possa servire da freno al dilagare, non solo nelle ore notturne, di trasmissioni che nulla hanno di spettacolare e artistico, ma sono soltanto mera pornografia. Il Consiglio, d'intesa con l'Autorità ha indetto un concorso per laureati nelle università italiane, tra il 1° luglio 2006 e il 31 luglio 2007, che prevede il conferimento di cinque premi di laurea, di 2.000 euro ciascuno, per tesi sul tema "TV e minori". Il premio ha la finalità di promuovere la conoscenza delle problematiche connesse al rapporto fra la televisione e i minori e alla loro tutela, nonché la consapevolezza del ruolo che svolge la televisione nell'educazione dei minori.

L'Autorità ha accolto con vivo interesse, nell'ambito dell'usuale e costante collaborazione con il Consiglio, la suddetta iniziativa ritenendo che essa sia in grado effettivamente di concorrere a diffondere, tra le nuove generazioni, la coscienza della rilevanza che il mezzo televisivo può avere, in negativo ma anche in positivo, nella vita, nella formazione e nella crescita dei più giovani.

### ■ 3.7. La Guardia di Finanza e la Polizia postale e delle comunicazioni

Anche nel corso dell'anno 2006, l'attività di collaborazione tra l'Autorità e la Guardia di Finanza – attraverso il Nucleo speciale per la radiodiffusione e l'editoria – e la Polizia postale delle comunicazioni ha confermato la presenza di un rapporto di proficua cooperazione fondato sull'utilizzo di elevate professionalità e sull'attivazione di efficaci sinergie, nel rispetto del quadro normativo vigente e dei protocolli di intesa stipulati nel luglio 2002 e nel febbraio 2003.

La collaborazione con la Guardia di Finanza si fonda sulla consolidata esperienza in campo economico-finanziario, utilizzata principalmente nello svolgimento delle attività di controllo inerenti al rispetto della normativa vigente. In particolare, l'attività svolta dalla Guardia di Finanza concerne la verifica dell'ottemperanza al principio di parità d'accesso ai mezzi di comunicazione politica; il monitoraggio sul rispetto degli adempimenti, da parte dei soggetti operanti nel settore delle comunicazioni, riguardanti il contributo annuale dovuto all'Autorità, nonché sugli adempimenti relativi al versamento dei canoni annui di concessione per l'esercizio dell'attività radiotelevisiva.

Il contributo fornito all'Autorità dalla Guardia di Finanza ha riguardato, tra l'altro, la verifica degli obblighi in materia di pubblicità istituzionale, nonché la sorveglianza e la gestione delle segnalazioni effettuate dagli utenti in merito ai servizi forniti dai soggetti operanti nel settore delle comunicazioni elettroniche.

Si riportano, di seguito, le attività più significative svolte dal Nucleo speciale della Guardia di Finanza nel periodo di riferimento.

Nell'ambito del rispetto della normativa in tema di *par condicio*, nel corso della campagna elettorale per le elezioni politiche del 9 e 10 aprile 2006, il Nucleo speciale ha operato in stretta collaborazione con l'Autorità, fornendo, in particolare, un valido contributo nell'acquisizione di supporti magnetici e delle pubblicazioni, nell'azione di gestione delle segnalazioni di denunce relative a emittenti e pubblicazioni locali, interfacciandosi, a seconda delle esigenze, con i Comandi provinciali del Corpo, che sono dislocati in maniera capillare su tutto il territorio nazionale, e nel porre a disposizione, nel periodo pre-elettorale, a seconda delle necessità, personale specializzato e nell'esecuzione, in via ordinaria, delle attività inerenti al contenuto delle deleghe ricevute.

Con riferimento al contributo annuale dovuto all'Autorità da parte degli operatori presenti nel settore delle comunicazioni, il Nucleo speciale ha garantito il rispetto degli adempimenti previsti in capo agli operatori. In particolare, per quanto concerne il pagamento del contributo annuale dovuto all'Autorità, quale fonte di autofinanziamento calcolato, per il 2006, nella misura dello 1,5 per mille dei ricavi conseguiti, l'attività svolta dalla Guardia di Finanza, nella prima fase, ha permesso di individuare 875 operatori inadempienti tenuti al pagamento del contributo suddetto.

E' in previsione lo svolgimento di una seconda fase, che si svilupperà mediante il controllo e l'elaborazione dei dati di bilancio degli operatori di settore, al fine di verificare il corretto adempimento degli obblighi relativi al pagamento del contributo suddetto.

Per quanto riguarda la verifica del versamento dei canoni annui di concessione per l'esercizio dell'attività radiotelevisiva, ai sensi dell'articolo 27, comma 9, della legge 23 dicembre 1999, n. 488, l'attività svolta dal Nucleo speciale della Guardia di Finanza ha permesso, nel mese di giugno 2006, di completare la campagna di controlli, già iniziata, nei confronti di 43 emittenti televisive private a carattere locale per la verifica del pagamento del canone relativo agli anni 2000, 2001 e 2002.

L'attività svolta ha consentito di rilevare numerose violazioni, quali:

- i. omissio versamento dei canoni annui dovuti;
- ii. omissio invio di documenti e dati all'Autorità, al Ministero delle comunicazioni e al Ministero dell'economia e delle finanze;
- iii. omissio pagamento delle tasse di concessione governativa dovute per esercizio dell'attività di radiodiffusione;
- iv. omissio pagamento dei diritti dovuti alla SIAE;
- v. irregolare tenuta del registro dei programmi trasmessi ex articolo 20, comma 4, legge n. 223/1990;
- vi. omissa tenuta/conservazione, per giorni 11, dell'archivio magnetico dei programmi trasmessi ex articolo 20, comma 5, legge n. 223/1990;
- vii. illecita comunicazione al pubblico via etere di opere di ingegno tutelate dalla normativa sul diritto d'autore ex articolo 171 ter legge n. 633/1941 (cfr. paragrafo 2.8).

Inoltre, le situazioni rilevanti sotto il profilo fiscale sono state segnalate ai Comandi del Corpo territorialmente competenti.

In tema di verifica degli obblighi in materia di pubblicità istituzionale, il persona-

le del Nucleo speciale, in collaborazione con funzionari dell'Autorità, ha eseguito 7 controlli nei confronti di altrettanti enti pubblici, rilevando diverse violazioni della normativa vigente.

Anche nell'anno in corso è proseguita la proficua collaborazione, da parte del personale del Nucleo speciale, per lo svolgimento delle attività inerenti il Registro degli Operatori di Comunicazione (ROC) (cfr. paragrafo 2.12).

In merito all'attività di vigilanza in materia di trasmissione di programmi in contemporanea, di cui all'articolo 21 della legge n. 223 del 1990 e alla delega effettuata dall'Autorità al Nucleo speciale della Guardia di Finanza per la verifica, in capo ad alcuni circuiti radiofonici operanti in regime di *syndication*, del rispetto delle prescrizioni dettate dalla citata legge, nel corso dell'anno 2006, l'attività di controllo, tuttora in corso, è stata conclusa nei confronti di 32 emittenti e ha permesso di rilevare, sia violazioni di natura penale, a fronte delle quali sono state inviate 26 comunicazioni di notizie di reato all'Autorità giudiziaria competente, sia fattispecie rientranti nella sfera di competenza della stessa Autorità delegante. In particolare, solo nel periodo considerato sono stati denunciati a piede libero 22 soggetti.

Riguardo alla sorveglianza e gestione delle segnalazioni nel settore delle comunicazioni elettroniche, nonché alla qualità dei servizi forniti e alle Carte dei Servizi, il Nucleo speciale e i funzionari dell'Autorità hanno effettuato diverse ispezioni nei confronti di operatori di telecomunicazione fissa. L'attività ispettiva ha avuto come obiettivo la verifica dell'esistenza delle problematiche direttamente segnalate dai consumatori, quali:

- i. le attivazioni di servizi non richiesti;
- ii. l'effettiva implementazione, da parte delle società di telecomunicazione, di procedure interne volte a contenere il fenomeno dell'attivazione/disattivazione di servizi non richiesti da parte dell'utenza;
- iii. le modalità di commercializzazione, vendita e assistenza di prodotti e servizi, con particolare riferimento alla modifica di piani tariffari e alle modalità di commercializzazione dei servizi a larga banda.

Inoltre, sono state esaminate ed evase complessivamente 464 segnalazioni pervenute all'Autorità da parte di utenti e/o associazioni di categoria per servizi, non richiesti dagli utenti, di comunicazione elettronica verso numerazioni speciali.

Il Nucleo speciale, nell'ambito dell'attività di collaborazione svolta con l'Autorità in materia di tutela dell'utenza, ha eseguito complessivamente 31 controlli nei confronti di rivenditori di ricariche telefoniche affiliati ai maggiori operatori nazionali di telefonia mobile, al fine di verificare il rispetto degli obblighi contenuti nel decreto legge 31 gennaio 2007, n. 7, convertito, con modificazioni, nella legge 2 aprile 2007, n. 40.

Inoltre, sono stati eseguiti, anche autonomamente dal Nucleo speciale della Guardia di Finanza, ispezioni presso le sedi di società operanti nel settore delle comunicazioni, finalizzate all'accertamento di presunti comportamenti illegittimi ovvero della presenza di inefficienze e disservizi denunciati dagli utenti.

Di seguito si sintetizzano gli interventi effettuati:

- i. 65, su delega dell'Autorità, che hanno determinato la rilevazione di 83 irregolarità contestate direttamente e segnalate all'Autorità stessa e 7 comunicazioni di notizie di reato trasmesse alle competenti Procure della Repubblica;
- ii. 32 interventi per attività delegate dall'Autorità giudiziaria;

iii. 15 interventi avviati d'iniziativa autonoma che hanno consentito di contestare o segnalare all'Autorità giudiziaria 7 irregolarità.

Dall'insieme delle predette attività, che hanno consentito di accertare numerosi casi di violazioni, l'Autorità, a fronte delle segnalazioni ricevute, ha emanato, a conclusione dei procedimenti instaurati, appositi provvedimenti sanzionatori.

In materia di protezione del diritto d'autore e dei diritti connessi al suo esercizio, sono stati verbalizzati 58 soggetti, di cui 53 per violazioni amministrative e 5 denunciati a piede libero, con prevista irrogazione di sanzioni pecuniarie. Nell'ambito di tali interventi, sono stati sottoposti a sequestro 1779 articoli di materiale informatico e altro (libri, opuscoli, stampati, supporti magnetici, *computer*, ecc.).

Per quanto attiene all'attività svolta nell'anno 2006 dalla sezione di Polizia postale e delle comunicazioni, nell'ambito del protocollo d'intesa stilato con l'Autorità in data 10 febbraio 2003, la medesima può essere così di seguito riassunta:

i. attività di controllo e verifica delle condizioni economiche relative alle carte di credito internazionali prepagate immesse nel mercato dalle maggiori società telefoniche. Le condizioni economiche realmente applicate si sono, in alcuni casi, dimostrate incongruenti rispetto alle tariffe pubblicizzate e ciò ha determinato la trasmissione di segnalazioni all'Autorità. Nel dettaglio, l'attività di controllo è stata effettuata acquistando una serie di carte telefoniche prepagate, commercializzata da differenti operatori telefonici e verificando il reale traffico telefonico disponibile, nonché le condizioni economiche applicate. Da tale attività, si è accertato che, in molti casi, l'ammontare iniziale di traffico disponibile non risultava uguale a quello pubblicizzato dagli operatori telefonici attraverso i relativi *depliant* illustrativi o i siti internet. Inoltre, in molti altri casi, il credito disponibile era comunque decurtato, dopo aver digitato la numerazione internazionale, senza che vi fosse risposta alcuna e quindi senza che si instaurasse, di fatto, una conversazione telefonica da parte dell'utente. La suddetta attività si è conclusa con l'irrogazione, da parte dell'Autorità, di una serie di sanzioni amministrative a carico di società operanti nel settore della telefonia;

ii. attività di verifica sulle modalità di fornitura dei servizi di informazione elenco abbonati effettuati sulle numerazioni 12xy. Tale attività, finalizzata a verificare, attraverso monitoraggi telefonici, il tempo e le tariffe applicate, nonché le modalità di espletamento del servizio di informazione elenco abbonati, fornito da 22 gestori di telefonia fissa e mobile, abilitati dal Ministero delle comunicazioni, è stata richiesta dall'Autorità in occasione della pubblicazione della delibera n. 504/06/CONS;

iii. attività di monitoraggio televisivo nei confronti delle emittenti più rappresentative sul territorio nazionale, relativamente alla trasmissione di cartoni animati che utilizzavano un linguaggio non consono ai minori. Dalle attività di monitoraggio svolte, si è evinto che, in uno specifico caso, per i contenuti della programmazione non si trattava di un programma adatto ai minori, anche in considerazione dell'orario di trasmissione. In esito a tale attività è stata inoltrata la segnalazione all'Autorità che ha concluso il procedimento stabilendo l'irrogazione di una sanzione amministrativa pari a 25.000 euro, a carico di un operatore televisivo nazionale;

iv. attività, svolta su richiesta effettuata dall'Autorità, inerente alla verifica delle modalità effettive di impiego della numerazione 0878 assegnata a diversi operatori telefonici dal competente Ministero delle comunicazioni, per la fornitura dei servizi di chiamate di massa per l'espressione del televoto. In seguito all'attività tesa a ricercare i codici in questione, pubblicati sui più noti quotidiani a tiratura nazionale, si è con-

statato che detta numerazione veniva pubblicizzata in maniera ingannevole. Infatti, il prefisso 0878 veniva spesso riprodotto come 08.78 oppure come 087.8. Pertanto, sono stati effettuati monitoraggi, sia durante le ore diurne, sia in orario notturno, riscontrando diversi illeciti amministrativi, che sono stati segnalati al Ministero delle comunicazioni e all'Autorità stessa, al fine di consentire, nell'ambito delle rispettive competenze, l'irrogazione delle eventuali conseguenti sanzioni previste dalla normativa vigente;

v. attività di monitoraggio, su segnalazione delle associazioni dei consumatori, a carico di un operatore di telefonia mobile, finalizzata a verificare la fornitura di un servizio di video-messaggi a contenuto pornografico. Nel dettaglio, si è accertato che, tramite un apposito servizio telefonico, l'utente poteva scaricare sul proprio videofonino filmati di natura erotica presenti su uno spazio Internet appositamente dedicato. Detti filmati erano realizzati da vari utenti i quali, dietro compenso, li mettevano a disposizione di altri utenti. A seguito di tali indagini, l'operatore di telefonia mobile in questione ha deciso di autosospendere, a fini cautelativi, l'erogazione del suddetto servizio;

vi. attività di monitoraggio nei confronti di emittenti televisive, mirate ad accertare la violazione della delibera n. 34/05/CSP dell'Autorità, in materia di televendita e telepromozione di servizi di cartomanzia, attraverso l'uso di numerazioni telefoniche per la fornitura di servizi a sovrapprezzo, anche a tariffazione speciale, in orari non consentiti;

vii. attività, svolta nel corso della campagna elettorale per le elezioni politiche del 9 e 10 aprile 2006, finalizzata ad accertare lo svolgimento di attività ritenute illecite da alcune forze politiche, relative all'invio di SMS telefonici al corpo elettorale, durante il periodo di pausa pre-elettorale.

Sono state, inoltre, svolte dalla sezione di Polizia postale e delle comunicazioni attività di collaborazione con l'Autorità nell'ambito delle funzioni ispettive da essa svolte direttamente presso le sedi dei soggetti operanti nel settore delle comunicazioni (in particolare 13 casi), attività di indagine in materia di verifica del superamento dei livelli di inquinamento elettromagnetico (in particolare 3 casi), attività inerenti. querele, esposti e segnalazioni per frodi informatiche e disconoscimento di traffico telefonico indirizzato verso codici a tariffazione speciale (in particolare 3.215 casi).

E' stato anche fornito supporto nell'ambito dell'attività inerente all'attivazione, da parte di operatori di telefonia fissa e mobile, di servizi non richiesti dall'utenza (in particolare 88 fascicoli trattati).

La sezione di Polizia postale e delle comunicazioni ha, inoltre, svolto attività di denuncia all'Autorità giudiziaria, sia relativamente ad attività connesse a quella istituzionale (nello specifico sono state inoltrate 24 denunce ordinarie), sia riguardo a frodi informatiche, a clonazione di carte di credito e bancomat, effettuate prevalentemente attraverso siti internet operanti con modalità di vendita a mezzo d'asta (nello specifico sono state rese 278 denunce).

Sono state anche svolte attività di monitoraggio relativamente alla diffusione di pornografia attraverso le emittenti televisive e i siti internet, nonché effettuate segnalazioni riguardanti programmi radiofonici condotti con modalità lessicale volgare e trasmessi durante la fascia oraria protetta, il tutto a specifica tutela dei minori.



# 4

## L'organizzazione dell'Autorità



## ■ 4.1. L'organizzazione e le risorse umane

### *L'organizzazione dell'Autorità*

L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni è chiamata a favorire lo sviluppo della concorrenza secondo condizioni di equità, a promuovere il miglioramento della qualità dei servizi e dei prodotti a tutela degli utenti e dei consumatori, nonché ad assicurare ai cittadini la salvaguardia di valori fondamentali. La sua configurazione di Organo di regolazione e di garanzia al tempo stesso ne definisce la dinamicità e la complessità.

A differenza di altre Autorità indipendenti, presenti nel nostro ordinamento, infatti, l'Autorità è un'istituzione complessa, articolata in più organi: il Presidente, la Commissione per le infrastrutture e le reti, la Commissione per i servizi e i prodotti, il Consiglio. Le Commissioni sono Organi collegiali e sono costituite dal Presidente dell'Autorità e da quattro Commissari, mentre il Consiglio è costituito dal Presidente e da tutti i Commissari. La distinzione tra gli Organi trova riscontro nelle diverse modalità di investitura e nelle differenti competenze esercitate.

Il Presidente dell'Autorità è nominato con decreto del Presidente della Repubblica adottato su proposta del Presidente del Consiglio dei ministri d'intesa con il Ministro delle comunicazioni, previa sottoposizione della designazione al parere delle competenti Commissioni parlamentari, le quali, se ritengono, possono procedere all'audizione del designato. I Commissari sono eletti dal Parlamento e sono nominati con decreto del Presidente della Repubblica. Essi non sono designati dai Presidenti della Camera e del Senato, come avviene per altre Autorità indipendenti, ma sono eletti, come avviene per l'Autorità garante per la protezione dei dati personali, con voto limitato, per metà dalla Camera dei deputati e per metà dal Senato della Repubblica. Resta da aggiungere che tali elezioni avvengono con una ulteriore peculiarità, poiché ciascun deputato e senatore esprime il proprio voto indicando due nominativi, uno per ciascuna delle due Commissioni in cui si articola l'Autorità.

La legge n. 249/1997 istitutiva dell'Autorità individua i requisiti personali dei componenti chiamati a far parte dell'Autorità, la durata dell'incarico e definisce i regimi di incompatibilità. Infine, nell'elencare le numerose competenze dell'Autorità, la suddetta legge provvede direttamente ad attribuirle a ciascuno dei tre Organi collegiali, salvo prevedere che il Consiglio dell'Autorità, nell'esercizio del proprio potere regolamentare esclusivo, possa ridistribuire le competenze tra gli Organi collegiali. Va segnalato che in tal senso il Consiglio dell'Autorità ha già operato in sede di approvazione del regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento, riconducendo nell'ambito del Consiglio alcune competenze inizialmente affidate alle Commissioni, a garanzia della più ampia rappresentatività nei processi decisionali. La funzionalità operativa degli Organi è, inoltre, assicurata dalla previsione regolamentare che stabilisce che l'Autorità adotti le proprie deliberazioni con voto favorevole della maggioranza dei presenti, con prevalenza, in caso di parità, del voto del Presidente. Si rileva, viceversa, che l'esercizio dei rilevanti poteri di autorganizzazione che la legge istitutiva riserva all'Autorità prevede l'approvazione dei relativi atti a maggioranza assoluta dei Componenti.

Il Presidente dell'Autorità, Corrado Calabrò, è stato nominato con decreto del Presidente della Repubblica del 9 maggio 2005, adottato su proposta del Vice Presidente del Consiglio dei ministri d'intesa con il Ministro delle comunicazioni, previo parere delle competenti Commissioni parlamentari. L'assemblea del Senato ha proceduto, in data 16 marzo 2005, all'elezione dei Commissari Giancarlo Innocenzi e Michele Lauria, per la Commissione per i servizi e i prodotti e i Commissari Stefano Mannoni e Roberto Napoli, per la Commissione per le infrastrutture e le reti. La Camera dei deputati ha eletto, in data 16 marzo 2005 e 5 maggio 2005, i Commissari Gianluigi Magri e Sebastiano Sortino, per la Commissione per i servizi e i prodotti e i Commissari Enzo Savarese e Nicola D'Angelo, per la Commissione per le infrastrutture e le reti (figura 4.1)<sup>1</sup>

La struttura organizzativa dell'Autorità, come definita dall'articolo 12 del regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità, è costituita dal Segretariato generale e da unità organizzative di primo e di secondo livello. Le unità organizzative di primo livello sono distinte in Direzioni e Servizi (figura 4.2).

Al vertice della struttura amministrativa è collocato il Segretario generale, il cui ruolo costituisce lo "snodo" giuridico e istituzionale che collega l'organizzazione dell'Autorità alle funzioni di indirizzo e di direzione del Presidente e del Consiglio, ai quali risponde del buon andamento e dell'efficienza delle strutture. Al fine di favorire un maggior raccordo con la struttura, a beneficio delle attività svolte dal Presidente e dai Commissari, opera, in sinergia con il Segretariato generale, il Gabinetto dell'Autorità.

L'assetto organizzativo dell'Autorità è stato oggetto di un processo di revisione iniziato a fine 2005 e finalizzato anche a permettere alla struttura di svolgere i complessi compiti di vigilanza nel processo di *enforcement* del quadro regolatorio varato in sede comunitaria.

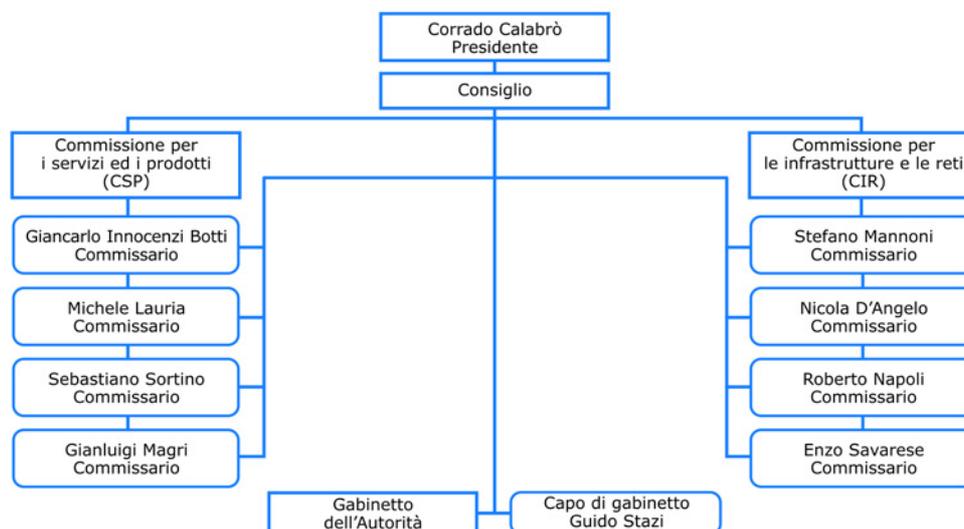
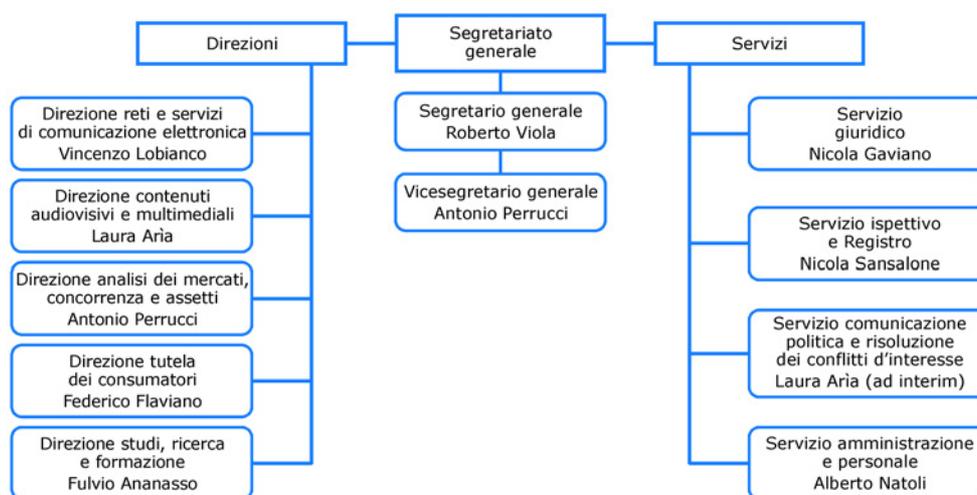
Il nuovo modello organizzativo, entrato in vigore il 1° febbraio 2006, ha spostato il *focus* da una organizzazione per funzioni a una per materie. Ne consegue che l'integrazione per materie delle funzioni istruttorie consente di ridurre i tempi di intervento dell'Autorità, rendendone più efficace l'azione, soprattutto con riguardo all'ambito della tutela dei consumatori; così come il rafforzamento e il coordinamento tra le strutture e l'alleggerimento delle unità organizzative di supporto a favore delle Direzioni consentono di perseguire più elevati parametri di efficacia e di efficienza nel rapporto tra risorse impegnate e risultati conseguiti, rispetto agli obiettivi prefissati.

In continuità con il processo avviato nel mese di gennaio 2007 l'Autorità ha adottato la delibera n. 25/07/CONS con la quale è stato implementato il processo di articolazione della struttura dell'Autorità in Uffici di primo e di secondo livello. Come atto conseguente, il Consiglio dell'Autorità ha poi proceduto a definire le posizioni dirigenziali relativamente agli Uffici di secondo livello.

Sono ora in corso di definizione le misure per l'attribuzione di incarichi di responsabilità ai funzionari, sulla base di criteri selettivi di professionalità e di merito, ferma restando l'urgenza di dare corso a procedure selettive e concorsuali per ricoprire le posizioni dirigenziali ancora vacanti. Infine, nell'ottica di preparare l'inserimento nella struttura di nuovi funzionari, l'Autorità sta valutando la realizzazione di opportune iniziative che scaturiscono da un ambizioso progetto che intende unire reclutamento e formazione ed è rivolto a giovani laureati.

---

<sup>1</sup> I D.P.R. di nomina sono stati pubblicati nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 108 dell'11 maggio 2005.

**Figura 4.1.** Gli Organi e il Gabinetto dell'Autorità**Figura 4.2.** La struttura dell'Autorità

### La gestione delle risorse umane

Nel corso del 2006 e nella prima parte del 2007, il Servizio amministrazione e personale ha definito le procedure concorsuali relative a undici concorsi per la copertura di un totale di 41 posizioni nella qualifica di funzionario.

Le selezioni, a eccezione del solo caso della procedura avviata per il reclutamento, a tempo determinato, di un funzionario con specializzazione in scienze statistiche che partecipa alle attività svolte sulla base della convenzione stipulata con l'ISTAT per la trattazione delle tematiche inerenti gli indici di ascolto, hanno comportato il recluta-

mento di funzionari di ruolo operando un incremento significativo del personale con tale qualifica e la possibilità di ricorrere alla graduatoria degli idonei per il triennio successivo all'approvazione della graduatoria stessa. I neo assunti sono ripartiti in quattro diverse aree specialistiche (giuridica, tecnica, economica, sociologica).

In considerazione della residua capienza della pianta organica e dell'esigenza di assumere personale qualificato, si è inoltre dato corso a un primo scorrimento delle graduatorie pervenendo a una consistenza organica più adeguata con il conseguente reclutamento di alcune risorse ritenute idonee.

Con una ulteriore procedura concorsuale si è provveduto alla copertura di 8 posti per la qualifica di operativo; tale reclutamento è risultato necessario anche in considerazione del significativo aumento del numero dei procedimenti da gestire, specie in materia di tutela dell'utenza.

Nel corso del 2006, sono state avviate selezioni per l'assunzione, a contratto a tempo determinato, di tre dirigenti: la prima per ricoprire la posizione di Direttore del Servizio amministrazione e personale, ormai definita. La seconda per il reclutamento del Direttore della Direzione studi, ricerca e formazione, la terza per una posizione di dirigente dell'Ufficio comunicazione e rapporti con i mezzi di comunicazione.

Inoltre, in base all'articolo 51 del regolamento per il trattamento giuridico ed economico del personale che disciplina la possibilità di consentire a giovani neo laureati lo svolgimento di periodi di pratica presso le varie unità organizzative dell'Autorità, si sono realizzate selezioni per la ricerca di 20 giovani laureati per lo svolgimento di un periodo di praticantato della durata di un anno. Il periodo di pratica, da svolgersi presso la Direzione reti e servizi di comunicazione elettronica, la Direzione contenuti audiovisivi e multimediali, la Direzione analisi dei mercati, concorrenza e assetti, la Direzione tutela dei consumatori e il Servizio giuridico, consentirà di effettuare una approfondita esperienza nei settori della regolazione, della vigilanza, della tutela dell'utenza con buone prospettive anche di collocamento nel mondo professionale e nelle imprese operanti nel settore delle comunicazioni elettroniche.

Un ulteriore periodo di praticantato è previsto per 3 giovani laureati che sono stati individuati con un'ulteriore procedura selettiva del Servizio amministrazione e personale, d'intesa con il Segretariato generale, per una esperienza annuale da svolgersi nell'anno di presidenza italiana dell'ERG con riferimento alle attività inerenti alle relazioni comunitarie e internazionali. L'attuale dotazione organica dell'Autorità è di 320 unità, più 15 attribuite dalla legge 20 luglio 2004, n. 215 in materia di conflitto di interessi. La consistenza del personale in servizio presso l'Autorità, al 1° giugno 2007, è pari a 273 unità, da suddividere in funzione della qualifica e della tipologia di rapporto giuridico (tabella 4.1).

**Tabella 4.1.** Personale dell'Autorità al 1° giugno 2007

Qualifica	Ruolo	Contratto a tempo		Totale
		Comando/ Fuori ruolo da altre amm.ni	determinato	
Dirigente	12	6	3	21
Funzionario	135	3	7	145
Operativo	60	5	18	83
Esecutivo	19	4	1	24
<b>Totale</b>	<b>226</b>	<b>18</b>	<b>29</b>	<b>273</b>

Fonte: elaborazione Autorità

Parallelamente all'incremento dell'organico che avverrà ai sensi dell'articolo 1, comma 543, della legge n. 296 del 27 dicembre 2006 in base al quale l'Autorità può proporre una graduale ridefinizione della propria dotazione organica in misura non superiore al 25% della consistenza attuale, si è proceduto, attraverso un piano di formazione, ad assicurare al personale un aggiornamento sulle tematiche oggetto dell'attività lavorativa svolta.

L'attività formativa costituisce, specie in un settore come quello delle comunicazioni elettroniche, una fondamentale esigenza dell'organizzazione, chiamata, sulla base delle attribuzioni istituzionali, a svolgere compiti complessi in ambiti interessati da una continua evoluzione, sia normativa che tecnologica.

Nell'ottica, dunque, di garantire lo sviluppo del patrimonio di conoscenze acquisite dal personale attraverso la definizione di percorsi formativi sempre più aggiornati e specialistici e di procedere alla caratterizzazione di nuovi profili professionali rispondenti all'evoluzione delle competenze istituzionali, il Servizio amministrazione e personale ha ritenuto opportuno avvalersi della collaborazione della Scuola Superiore della Pubblica Amministrazione (SSPA) per tracciare le linee guida delle attività formative da implementare.

E', infatti, in essere con la SSPA una Convenzione per il periodo 2005/2007 volta alla realizzazione di un piano di formazione che costituisce uno strumento di permanente programmazione degli interventi.

Nell'ambito della suddetta Convenzione, con riferimento alle diverse aree specialistiche di interesse dell'Autorità, sono stati realizzati appositi programmi formativi, diversificati per il personale appartenente alle diverse qualifiche sulla base delle competenze da promuovere e sostenere.

I corsi sono stati calendarizzati nell'arco temporale dell'anno 2006/2007, hanno riguardato, in prima applicazione, percorsi formativi che hanno visto la partecipazione di una vasta percentuale del personale, su tematiche di interesse generale come ad esempio il procedimento amministrativo, economia industriale, contabilità di stato e analitica, statistica applicata, i contratti della Pubblica Amministrazione e sociologia della comunicazione.

In una seconda fase, l'intervento formativo è stato indirizzato al personale in modo mirato a seconda dell'attività lavorativa svolta e delle tematiche trattate nell'ambito di questa dal personale che, anche sulla base dell'analisi dei *report* relativi a ciascuno corso, ha testimoniato un generale grado di soddisfazione, sia per i temi trattati, sia per le modalità seguite ai fini del processo di apprendimento.

## ■ 4.2. Il comitato etico

Organo consultivo al quale l'Autorità si rivolge al fine di ottenere pareri in materia di etica istituzionale, il Comitato etico è composto da tre membri scelti tra personalità di notoria indipendenza e autorevolezza morale.

Attualmente il Comitato è presieduto dal Presidente emerito della Corte Costituzionale Leopoldo Elia ed è composto dal Presidente emerito della Corte Costituzionale

Riccardo Chieppa e dal Presidente del Tribunale amministrativo regionale del Lazio, Pasquale De Lise.

Il Comitato ha il compito di verificare il rispetto delle norme deontologiche e comportamentali dettate dal Codice etico, previsto dall'articolo 1, comma 9, della legge 31 luglio 1997, n. 249, che opera nei confronti dei dipendenti, dei consulenti e, ove applicabile, dei Componenti dell'Autorità.

**Figura. 4.3.**



Il Codice etico detta principi che impongono un comportamento ispirato a lealtà, imparzialità, diligenza e correttezza personale. L'obbligo di riservatezza assume, inoltre, una particolare rilevanza e impegna a un rigoroso rispetto del segreto d'ufficio atteso che l'attività dell'Autorità investe questioni di particolare delicatezza e notevoli interessi economici nel settore delle comunicazioni.

Il Comitato etico può procedere nella sua attività di valutazione su sollecitazione del Consiglio dell'Autorità o d'ufficio, informandone il Consiglio stesso al quale può anche chiedere chiarimenti e informazioni su fatti o comportamenti. Il Comitato etico può, inoltre, suggerire e proporre al Consiglio dell'Autorità modifiche e integrazioni delle disposizioni del Codice etico qualora le ritenga necessarie e opportune per il migliore e più corretto funzionamento dell'Autorità. Per i Componenti dell'Autorità, le funzioni del Comitato etico sono esercitate dal Consiglio, sentito il parere del Comitato stesso. Tale parere può essere richiesto dal Consiglio su proposta del Presidente come previsto dalla delibera n. 17/04/CONS.

Il Comitato etico svolge la propria attività partecipando attivamente all'elaborazione e alla gestione delle regole comportamentali e deontologiche che presiedono alla vita interna ed esterna dell'Autorità promuovendone, peraltro, l'aggiornamento e l'affinamento costante.

### ■ 4.3. Il sistema dei controlli

Le norme in materia di organizzazione e di gestione amministrativa e contabile definite dall'Autorità, con proprie deliberazioni, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 9 della legge n. 249/97, demandano alla Commissione di garanzia e al Servizio del controllo interno le attività di controllo sulla regolarità amministrativa e contabile nonché quelle di controllo strategico.

Alla Commissione di garanzia, istituita con la delibera n. 713/00/CONS e successivamente ricostituita con la delibera n. 375/05/CONS, è demandato, secondo le originarie previsioni dell'articolo 42 del regolamento concernente la gestione amministrativa e contabile, il controllo sull'attività svolta dalle strutture amministrative, nonché la verifica del rendiconto annuale. Successivamente con modifica regolamentare adottata con la delibera n. 374/05/CONS, il ruolo di vigilanza della Commissione di garanzia è stato rafforzato, ampliandolo anche allo schema di bilancio di previsione oltre che al rendiconto annuale, ai fini della loro approvazione da parte dell'Autorità.

La Commissione, nello specifico, "vigila sull'osservanza della legge e dei regolamenti da parte delle strutture amministrative; effettua il riscontro degli atti della gestione finanziaria, con particolare riguardo alle procedure contrattuali, e formula, eventualmente, le proprie osservazioni. Svolge, almeno una volta ogni tre mesi, verifiche di cassa e di bilancio; esprime in apposita relazione parere sul progetto di bilancio preventivo nonché sul rendiconto annuale, con particolare riguardo alla concordanza dei risultati esposti nel rendiconto stesso con le scritture contabili e alla regolarità delle procedure di gestione" (cfr. paragrafo 4.4).

La Commissione di garanzia opera in posizione di autonomia rispetto agli uffici dell'Autorità e riferisce direttamente al Presidente e al Consiglio, ai quali fornisce anche pareri su specifiche richieste. I componenti della Commissione di garanzia, il cui mandato assume la durata di quello dei membri del Consiglio dell'Autorità, sono il dott. Francesco Sernia, in qualità di Presidente, e il dott. Marcello Taddeucci e la dott.ssa Germana Panzironi.

Il Servizio del controllo interno, istituito con la delibera n. 436/01/CONS, è stato rinnovato con delibera n. 165/06/CONS.

I Componenti hanno un mandato biennale, rinnovabile.



L'istituzione del Servizio del controllo interno è prevista dall'articolo 25 del testo coordinato del vigente regolamento di organizzazione e di funzionamento che attribuisce al suddetto Servizio il compito "di verificare, mediante valutazione comparativa dei costi e dei rendimenti, la realizzazione degli obiettivi stabiliti dalle norme vigenti e dalle direttive dell'Autorità nonché la corretta ed economica gestione delle risorse pubbliche e l'imparzialità e il buon andamento dell'azione amministrativa" delle direzioni, dei servizi e degli uffici dell'Autorità.

Il Servizio del controllo interno monitora i fatti della gestione, con l'obiettivo di sollecitare gli uffici a intervenire sulle criticità riscontrate e, ove necessario, contribuisce a individuare le possibili misure correttive.



Il Servizio del controllo interno è composto da tre membri esterni all'Autorità e opera in posizione di autonomia. Riferisce, infatti, secondo le previsioni regolamentari, direttamente al Presidente e al Consiglio, ai quali trasmette i rapporti periodici sull'attività svolta.

Il Servizio del controllo interno, attualmente, è presieduto dal prof. Luciano Hinna ed è composto dal cons. Raffaele Maria De Lipsis e dal cons. Massimo Lasalvia.

Nel corso dell'ultimo anno, il Servizio del controllo interno ha presentato il Settimo e l'Ottavo Rapporto, in esito al proficuo lavoro di analisi e di verifica svolto con i responsabili degli Uffici dell'Autorità, i quali hanno puntualmente corrisposto alle richieste di confronto e di informativa provenienti dal Servizio del controllo interno.

## ■ 4.4. Il bilancio

Le risorse finanziarie su cui può contare l'Autorità sono strumentali al proprio funzionamento e al raggiungimento degli obiettivi prefissati, in linea con il documento programmatico e con il bilancio di previsione.

Il bilancio dell'Autorità è ispirato al principio della *competenza*; di seguito verranno considerati i dati contabili riferiti all'esercizio finanziario 2006.

Il conto consuntivo 2006 presenta, al netto delle partite di giro, entrate pari a euro 66.704.270,95 a fronte di uscite pari a euro 59.667.423,63.

Per quanto riguarda le entrate, rispetto al precedente esercizio, si registra una riduzione del contributo dello Stato di euro 16.539.391,00 per effetto di quanto stabilito dalla legge 23 dicembre 2005, n. 266 (legge finanziaria 2006). Relativamente all'esercizio in esame, tale contributo ammonta a euro 3.920.000,00.

Per quanto concerne le risorse proprie dell'Autorità, esse sono risultate pari ad euro 62.072.319,06 in quanto, in base alla legge n. 266 del 2005, l'aliquota contributiva è stata fissata nella misura del 1,5 per mille dei ricavi conseguiti dai soggetti operanti nel settore delle comunicazioni; l'entità di tale aliquota sarà pari all'1,5 per mille anche per l'esercizio 2007. Si evidenzia che si è dato corso, nel periodo di riferimento, in collaborazione con il Nucleo speciale della Guardia di Finanza al controllo dei versamenti effettuati dagli operatori (cfr. paragrafo 3.7).

Ulteriori entrate sono riferite a *recuperi, rimborsi e proventi diversi*, per euro 323.539,82. Si tratta, in prevalenza, di somme restituite dalle amministrazioni pubbliche riguardanti la retribuzione di dipendenti dell'Autorità in posizione di comando presso tali amministrazioni.

Gli interessi attivi dell'esercizio 2006 sono stati accertati per euro 285.412,07.

Infine, è stata riscossa la somma di euro 103.000,00 per il rilascio delle autorizzazioni inerenti alle trasmissioni satellitari.

La tabella 4.2 riporta l'entità e l'andamento delle risorse erogate dallo Stato negli ultimi tre esercizi evidenziandone la riduzione che esse hanno subito.

**Tabella 4.2.** *Trasferimenti da parte dello Stato per gli esercizi 2005, 2006 e 2007 (euro)*

Anno	Trasferimenti da parte dello Stato	Diminuzione rispetto all'esercizio precedente
2005	21.921.391	=====
2006	3.920.000	- 18.001.391
2007	3.889.000	- 31.000

Fonte: elaborazione Autorità

Sul versante delle uscite, a fronte di uno stanziamento definitivo pari a euro 65.537.611,36 si sono registrati impegni per euro 59.667.423,63 che si attestano, quindi, al 91% degli stanziamenti medesimi.

Nell'ambito delle uscite di parte corrente, l'81% è stato gestito dal Servizio amministrazione e personale.

Tra le spese più rilevanti, si segnalano quelle relative al *monitoraggio delle trasmissioni televisive*, che ammontano a euro 1.350.000,00, in capo alla Direzione con-

tenuti audiovisivi e multimediali e quelle relative alla *verifica della contabilità regolatoria e servizio universale*, pari a euro 2.005.000,00 da ascrivere alle attività di competenza della Direzione reti e servizi di comunicazione elettronica.

Il bilancio di previsione per l'esercizio 2007 è stato approvato con la delibera n. 698/06/CONS, in seguito alla verifica effettuata dalla Commissione di garanzia.

Per quanto riguarda il sistema dei controlli, l'articolo 42 del regolamento concernente la gestione amministrativa e la contabilità, al comma 1, prevede la costituzione di una Commissione di garanzia, a integrazione dei controlli interni, per lo svolgimento di compiti finalizzati alla garanzia della correttezza della gestione amministrativa e contabile.

In particolare, al comma 4, lettera c) del suddetto articolo, è espressamente previsto che la Commissione di garanzia eserciti una verifica sul conto consuntivo prima che venga sottoposto all'approvazione da parte del Consiglio dell'Autorità (cfr. paragrafo n. 4.3.).

## ■ 4.5. Servizi di documentazione

Il centro di documentazione dell'Autorità cura la raccolta, lo studio e la divulgazione di materiali informativi e documenti riguardanti gli scenari tecnologici, di mercato e regolamentari in materia di comunicazione elettronica, con un'attenzione costante alle esigenze di quanti in questo settore operano e studiano.

Si tratta di un'attività strategica per consentire l'efficace perseguimento della missione istituzionale di un'Autorità di garanzia, per svolgere la quale, vengono perseguite sempre più efficaci forme di cooperazione e condivisione di risorse sia con servizi studi e documentazione delle istituzioni parlamentari e governative, sia con differenti istituti e centri di ricerca pubblici e privati.

E' pertanto fondamentale un impegno costante finalizzato al confronto con esperienze diverse e volte ad assicurare e valorizzare la eccellenza della valenza informativa e scientifica per il notevole patrimonio documentale in materia di comunicazioni elettroniche che il Centro ha in gestione.

A tal fine è necessaria la collaborazione e il coinvolgimento sia di risorse specialistiche interne sia delle istituzioni nazionali, comunitarie e internazionali.

In termini di patrimonio documentale, la biblioteca scientifica, per l'aggiornamento e i suggerimenti delle proprie raccolte documentarie, conta sulla professionalità e l'impegno di risorse dedicate e sollecita innanzitutto la partecipazione attiva e il coinvolgimento del personale interno.

Viene altresì ricercato anche l'apporto degli utenti e dei fruitori del servizio: ciò conferisce alla raccolta dei volumi e dei periodici un carattere altamente specializzato.

In tal modo, è attivato un processo continuo e qualificato di arricchimento il cui risultato è rappresentato dal continuo incremento della biblioteca che, ad oggi, dispone di circa 3.600 monografie e 150 periodici correnti - italiani ed esteri - che offrono un quadro aggiornato sulle tematiche di natura economica, giuridica, sociologica e di ingegneria della comunicazione.

Il materiale bibliografico e documentale acquisito viene raccolto, ordinato e catalogato dal centro di documentazione al fine di offrire un servizio "divulgativo" sempre aggiornato e qualificato e destinato prioritariamente al personale interno, oltre che

ad una utenza particolarmente qualificata e dunque ad pubblico esperto di studiosi e ricercatori.

Oltre alla collezione "scientifica", tutta catalogata e schedata, la biblioteca raccoglie un apprezzabile numero di opere di consultazione generale come enciclopedie, dizionari e repertori ed è corredata di tutte le *Gazzette Ufficiali* della Repubblica italiana e della Comunità europea dal 1986 ad oggi.

Per agevolare il reperimento di tutte le fonti bibliografiche e documentali presenti in archivio, accanto alle pubblicazioni cartacee tradizionali, il Centro di documentazione è dotato di un archivio informatizzato creato con l'utilizzo di principali *software* di catalogazione secondo norme di schedatura, soggetti e classificazioni, nell'ambito della rete *intranet* dell'Autorità.

Attraverso tale sistema virtuale, è consentito quindi effettuare ricerche per autore, soggetto, titolo, parola chiave o di *full-text* ed ottenere un'informazione completa dell'argomento ricercato. E' possibile, inoltre, visualizzare la scheda bibliografica con l'indicazione del codice di collocazione necessario per rintracciare l'opera.

Inoltre, per il reperimento di documenti specifici di natura legislativa o economica, agli utenti interni è consentito l'accesso a banche dati *on line* (attualmente circa 20) attraverso le proprie *workstation* collegate alla rete *intranet*.

La cura e la gestione di un tale patrimonio documentale costituisce dunque un prezioso strumento di lavoro e consente al Centro di collaborare operativamente alla realizzazione di numerosi eventi ed iniziative nonché a giornate di studio, convegni, seminari e *workshop* (cfr. paragrafo 3.5) che caratterizzano l'attività di ricerca, studio e confronto svolte dall'Autorità su tematiche attuali e strategiche.

## ■ 4.6. Le informazioni ufficiali e il sito web

Le molteplici competenze dell'Autorità, l'importanza delle decisioni che essa assume e la rilevanza dell'attività svolta, rendono necessaria una costante attività di comunicazione verso l'esterno.

Il canale privilegiato dell'informazione è la stampa, quotidiana e periodica, economica e politica, e la radiotelevisione. Attraverso comunicati e conferenze stampa, in linea con le indicazioni del Presidente e del Consiglio, vengono anticipati in modo sintetico i contenuti delle deliberazioni adottate o degli eventi che vedono coinvolta l'Autorità. I Componenti e i Dirigenti dell'Autorità intervengono spesso nelle trasmissioni radiofoniche o televisive per illustrare i provvedimenti o anche per chiarire la posizione dell'Autorità sulle tematiche di maggior interesse per i cittadini utenti.

Una preziosa risorsa per l'informazione verso l'esterno continua a essere il sito *web* dell'Autorità ([www.agcom.it](http://www.agcom.it)), dove è possibile reperire, oltre alle note di stampa, il testo integrale dei provvedimenti e altre informazioni sull'attività istituzionale svolta dall'Autorità stessa.

Il sito *web* dell'Autorità continua, inoltre, a rappresentare uno strumento essenziale di trasparenza amministrativa.

Terminata la realizzazione della nuova interfaccia grafica del sito *web*, è in corso di ultimazione una fase di test interno necessaria a verificare la massima fruibilità dei contenuti, anche in applicazione della normativa vigente in materia di usabilità e accessibilità dei siti internet delle amministrazioni pubbliche.

Il numero di accessi quotidiani e il download delle pagine più interessanti continua

a essere elevato, come pure le e-mail all'indirizzo dell'Autorità "info@agcom.it", alle quali si rivolgono continui sforzi volti a fornire risposte tempestive.

Anche quest'anno, oltre alla quotidiana attività di informazione istituzionale sui provvedimenti adottati e sulle attività procedurali, una particolare attenzione è stata rivolta allo sportello "operatori utenti".

Tra gli aggiornamenti effettuati, va menzionata la sezione dedicata alla trasparenza delle tariffe telefoniche.

Con la delibera n. 96/07/CONS, infatti, l'Autorità ha dettato le modalità attuative delle disposizioni di cui all'articolo 1, comma 2, del decreto legge 31 gennaio 2007, n. 7 (convertito dalla legge 2 aprile 2007, n. 40) in base al quale, gli operatori della telefonia sono tenuti a formulare condizioni economiche trasparenti, che evidenzino tutte le voci che compongono l'effettivo costo del traffico telefonico.

Al fine di consentire ai consumatori un adeguato confronto tra le offerte sul mercato, gli operatori della telefonia assicurano che i consumatori abbiano accesso a informazioni semplici e sintetiche sui propri siti web.

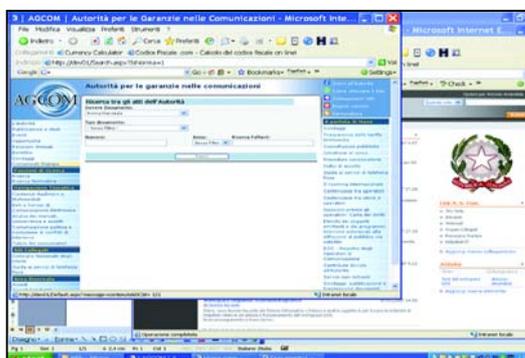
Nella nuova sezione del sito dell'Autorità, dunque, sono aggiornate regolarmente le comunicazioni pervenute dagli operatori e la lista delle suddette pagine web per un'agevole consultazione.

Infine, nell'ottica di garantire una sempre maggiore trasparenza e interattività con i soggetti sottoposti a obblighi di trasmissione di informazioni all'Autorità, in formato elettronico, sono in via di realizzazione modalità informatiche atte a consentire, nella massima sicurezza, la trasmissione di informazioni da fonti esterne e la relativa pubblicazione sul sito dell'Autorità.

Per la precisione, tali informazioni attualmente sono quelle relative ai documenti sui sondaggi, redatti e trasmessi ai sensi della delibera n. 237/03/CSP e le informazioni sulle tariffe telefoniche, raccolte ai sensi della citata delibera n. 96/07/CONS.

A regime, laddove i test tecnici abbiano esito soddisfacente anche in relazione alla sicurezza delle informazioni, la procedura prevederà:

- i. una richiesta di accesso per l'inserimento di documenti, trasmessa a cura dell'impresa;
- ii. la verifica, a opera dell'Autorità, dei dati contenuti nella richiesta;
- iii. l'attivazione, in caso di accoglimento della richiesta, di un *account* dedicato tramite cui il soggetto autorizzato possa inserire nella base dati le informazioni di propria competenza;
- iv. la successiva validazione e pubblicazione delle stesse.



## L'attività dell'Autorità

Quadro riepilogativo dei principali provvedimenti (dal 1° giugno 2006 al 31 maggio 2007)

	Consiglio	CIR	CSP	Totale
<b>Analisi dei mercati e relativa implementazione</b>	24			24
<b>Reti e servizi di comunicazioni elettroniche</b>				
Piani e procedure di assegnazione delle frequenze	2			2
Interconnessione e accesso (inclusa contabilità regolatoria)	1	2		3
Servizio universale e diritti degli utenti:				
Finanziamento del servizio universale		3		3
Piano di numerazione e sue integrazioni (numerazioni per servizi di pubblica utilità, VoIP, ecc.)		3		3
Misure a garanzia dei diritti degli utenti finali (portabilità del numero, <i>sim lock</i> , servizio informazione abbonati, trasparenza ai sensi della legge 2 aprile 2007, n. 40)	10	1		11
Controversie tra organismi di telecomunicazioni e utenti		106		106
Controversie tra organismi di telecomunicazioni		5		5
Integrazione fisso-mobile	1			1
<b>Contenuti audiovisivi e multimediali</b>				
Obblighi del servizio pubblico radiotelevisivo	3			3
Radiotelevisione in tecnologia digitale	2			2
Conflitto di interessi	2			2
Parità di accesso ai mezzi di comunicazione			6	6
Pubblicità			1	1
Piattaforma satellitare	1			1
Carte dei servizi			1	1
<b>Attività sanzionatoria</b>				
Tutela dei minori			30	30
<i>Par condicio</i>			15	15
Diritto di rettifica			4	4
Obblighi di comunicazione (enti pubblici e ROC)	25			25
Pubblicità			26	26
Tutela dei diritti degli utenti e degli abbonati	36		32	68
Obblighi concernenti la programmazione dei concessionari			27	27
Obblighi degli operatori di comunicazioni elettroniche (CPS, numerazione, ecc.)	1			1
<b>Attività di verifica e autorizzazioni</b>				
Trasferimenti di proprietà di aziende radiotelevisive	25			25
Cessione di imprese radiotelevisive	21			21
Diffusione di programmi via satellite	103			103
Deroga in materia di "quote europee"	2			2
Operazioni di concentrazione SIC	16			16
<b>Indagini conoscitive</b>	3		1	4
<b>Pareri all'Autorità garante della concorrenza e del mercato</b>				
Operazioni di concentrazione, intese e abusi	106			106
Provvedimenti in materia di pubblicità ingannevole e comparativa	170			170
<b>Rapporti con i Co.re.com.</b>	3			3
<b>Regolamenti e procedure</b>	5			5
<b>Organizzazione e funzionamento</b>	10			10
<b>Totale</b>	<b>572</b>	<b>120</b>	<b>143</b>	<b>835</b>

## Acronimi

ADSL	Asymmetric Digital Subscriber Line
AIE	Associazione Italiana Editori
AIIP	Associazione Italiana Internet Provider
AMPS	Advanced Mobile Phone System
ANR	Autorità Nazionali di Regolamentazione
API	Application Programme Interface
ARPU	Average Revenue Per User
ATM	Asynchronous Transfer Mode
A2P	Application to Person
AVI	Automated Vehicle Identification
B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumer
BWA	Broadband Wireless Access
CAS	Conditional Access System
CBISS	Communications Broadcast Issues Subgroup
CD	Compact Disc
CDMA	Code Division Multiple Access
CDMA/EV-DO	Code Division Multiple Access/Evolution Data Optimized
CEIR	Central Equipment Identity Register
CEPT	Conference of European Post and Telecommunications
CIR	Commissione per le Infrastrutture e le Reti
CLEC	Competitive Local Exchange Carrier
CNCU	Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti
CNID	Comitato Nazionale Italia Digitale
CNU	Consiglio Nazionale degli Utenti
Co.re.com.	Comitati regionali per le comunicazioni
CPS	Carrier Pre Selection
CS	Carrier Selection
CSP	Commissione per i Servizi e i Prodotti
CVP	Canale Virtuale Permanente
DAB	Digital Audio Broadcasting
DAB IP	Digital Audio Broadcasting Internet Protocol
DBS	Direct Broadcasting Satellite
DCS	Digital Cellular System
DECT	Digital Enhanced Cordless Telecommunication
DMB	Digital Multimedia Broadcasting
DRM	Digital Right Management
DSL	Digital Subscriber Line

DSLAM	Subscriber Line Multiplexer
DTH	Direct To Home
DTS	Dispositivo Telefonico per Sordomuti
DTT	Digital Terrestrial Television
DVB	Digital Video Broadcasting
DVB-H	Digital Video Broadcasting – Handheld
DVBH +	Digital Video Broadcasting – Handheld - Satellite
DVB-T	Digital Video Broadcasting Terrestrial
DVD	Digital Video Disc
DVR	Digital Video Recorder
EAB	Equal Access Board
EDGE	Enhanced Data rates for Gsm Evolution
ENISA	European Network and Information Security Agency
EPG	Electronic Programme Guide
EPRA	European Platform of Regulatory Authorities
ERG	European Regulators Group
ESP	Enhanced Service Provider
ETSI	European Telecommunications Standards Institute
EV-DO	Evolution – Data Only
FCC	Federal Communication Commission
FDMA	Frequency Division Multiple Access
FIEG	Federazione Italiana Editori Giornali
FIMI	Federazione dell'Industria Musicale Italiana
FLO	Foward Link Only
FPM	Federazione contro la Pirateria Musicale
FRIACO	Flat Rate Internet Access Call Origination
FTTB	Fiber To The Building
FTTC	Fiber To The Curb
FTTH	Fiber To The Home
FTTN	Fiber To The Node
FTTP	Fiber To The Premises
FTTX	Fiber To The X (con X= Building, Home, etc.)
FWA	Fixed Wireless Access
GPRS	General Packet Radio System
GSHDSL	Global Standard High-Bit-Rate Digital Subscriber Line
GSM	Groupe Spéciale Mobile
HD	High Definition
HDTV	High Definition Television
HSDPA	High Speed Download Packet Access
HSUPA	High Speed Upload Packet Access
HTML	Hyper Text Markup Language
ICCP	Committee for Information, Computer and Communications Policy

ICT . . . . .	Information and Communications Technologies
IDEN . . . . .	Integrated Dispatch Enhanced Network
IES . . . . .	Informativa Economica di Sistema
IFPI . . . . .	International Federation of the Phonographic Industry
ILEC . . . . .	Independent Local Exchange Carrier
IMEI . . . . .	International Mobile Equipment Identity
IMS . . . . .	Internet Multimedia Subsystem
IOT . . . . .	InterOperator Tariff
IP . . . . .	Internet Protocol
IPC . . . . .	Indice dei Prezzi al Consumo
IP-TV . . . . .	Internet Protocol Television
IP VPN . . . . .	Internet Protocol Virtual Private Network
IRG . . . . .	Independent Regulators Group
ISDN . . . . .	Integrated Services Digital Network
ISM . . . . .	Instrumental, Scientific and Medical
ISO . . . . .	International Standard Organisation
ISP . . . . .	Internet Service Provider
ITU . . . . .	Unione Internazionale delle Telecomunicazioni
IVR . . . . .	Interactive Voice Response
LAN . . . . .	Local Area Network
LLU . . . . .	Local Loop Unbundling
MAN . . . . .	Metropolitan Area Network
MCA . . . . .	Mobile Communications onboard Aircrafts
MBMS . . . . .	Multimedia Broadcasting Multicast Service
MDA . . . . .	Movement Detection and Alert
MDNS . . . . .	Managed Data Network Services
MLDS . . . . .	Local Multipoint Distribution Services
MHP . . . . .	Multimedia Home Platform
MMDS . . . . .	Multichannel Multipoint Distribution System
MMS . . . . .	Multimedia Message Services
MNO . . . . .	Mobile Network Operator
MNP . . . . .	Mobile Number Portability
MP3 . . . . .	MPEG layer format 3
MPEG . . . . .	Motion Pictures Experts Group
MSS . . . . .	Mobile Satellite System
M2M . . . . .	Machine To Machine
MVAS . . . . .	Mobile Value Added Services
MVNO . . . . .	Mobile Virtual Network Operator
NGN . . . . .	Next Generation Network
NIC . . . . .	Network Interface Card
NNG . . . . .	Numerazioni Non Geografiche
NUTS . . . . .	Nomenclatura Unità Territoriali Statistiche

NvoD	Near Video on Demand
OLO	Other Licensed Operator
ONP	Open Network Provision
OSI	Open System Interconnection
PAMR	Public Access Mobile Radio
PAN	Personal Area Network
PATS	Publicly Available Telephone Service
PBX	Private Branch Exchange
PCM	Pulse Code Modulation
PCMCIA	Personal Computer Memory Card International Association
PDA	Personal Digital Assistant
PEGI	Pan European Game Information
PIN	Personal Identification Number
PLC	Power Line Communication
PMR	Private Mobile Radio
PNAF	Piano Nazionale di Assegnazione delle Frequenze
PNN	Piano Nazionale di Numerazione
PNRF	Piano Nazionale di Ripartizione delle Frequenze
PoP	Point of Presence
POTS	Plain Old Telephone Service
PPV	Pay Per View
PSTN	Public Switched Telephone Network
P2P	Peer to Peer
PVR	Personal Video Recording
RBOC	Regional Bell Operating Companies
RDS	Radio Data System
RFID	Radio Frequency Identification
R-LAN	Radio Local Area Network
RNF	Registro Nazionale delle Frequenze
ROC	Registro degli Operatori di Comunicazione
SA	Shared Access
S-DMB	Satellitar -Digital Multimedia Broadcasting
SDSL	Symmetric Digital Subscriber Line
SGD	Stadio di Gruppo Distrettuale
SGT	Stadio di Gruppo di Transito
SGU	Stadio di Gruppo Urbano
SIA	Servizi di Informazione Abbonati
SIAE	Società Italiana Autori ed Editori
SIC	Sistema Integrato Comunicazioni
SIM	Subscriber Identity Module
SIP	Session Initiation Protocol
SL	Stadio di Linea

SLA	Service Level Agreement
SMS	Short Message Service
SOHO	Small Office Home Office
SRD	Short Range Device
SRR	Short Range Radar
STS	Supplementary Telephony Services
SVoD	Subscription Video on Demand
TACS	Total Access Communication System
TCAM	Telecommunication Conformity Assessment and Market surveillance
T-DMB	Terrestrial Digital Multimedia Broadcasting
TFTS	Terrestrial Flight Telephone System
TISP	Telecommunication and Information Services Policies (OECD)
3G	Terza Generazione
UGS	Unità per la Gestione delle Segnalazioni
UIT	Unione Internazionale delle Telecomunicazioni
ULL	Unbundling del Local Loop
UMA	Unlicensed Mobile Access
UMTS	Universal Mobile Telecommunications System
UNE	Unbundling Network Elements
UNE-P	Unbundling Network Elements - Pricing
UPA	Utenti Pubblicità Associati
USIM	Umts Subscriber Identity Module
UWB	Ultra Wide Band
VAS	Value Added Services
VDSL	Very high data rate Digital Subscriber Line
VHS	Video Home System
VoBB	Voice over Broadband
VoD	Video on Demand
VoIP	Voice over Internet Protocol
VPN	Virtual Private Network
VULL	Virtual Unbundling del Local Loop
WAN	Wide Area Network
WAP	Wireless Application Protocol
WAPECS	Wireless Access Policy for Electronic Communication Systems
WASP	Wireless Access Service Provider
Wi-Fi	Wireless Fidelity
Wi-Max	Interoperability for Microwave Access
WISP	Wireless Internet Service Provider
WLAN	Wireless Local Area Network
WLL	Wireless Local Loop
WLR	Wholesale Line Rental



**Autorità per le garanzie nelle comunicazioni**

Centro direzionale, Isola B5 - 80143 Napoli

Ufficio di Roma: Via delle Muratte, 25 - 00187 Roma

sito internet: [www.agcom.it](http://www.agcom.it)