AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI
AGCOM

Relazione annuale 2012

sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

www.agcom.it

Autorità per le garanzie nelle comunicazioni

Presidente
Corrado Calabrò

Componenti
Nicola D'Angelo
Michele Lauria
Stefano Mannoni
Antonio Martusciello
Roberto Napoli
Enzo Savarese
Sebastiano Sortino

Segretario generale
Roberto Viola

Vice segretario generale
Laura Aria
Antonio Perrucci

Capo di gabinetto
Guido Stazi

AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI
AGCOM

Relazione annuale 2012

sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

Indice

1. L'ecosistema digitale

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

2. Il settore delle comunicazioni in Italia

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

3. Gli interventi dell'Autorità

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

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

4. L'Autorità: rapporti istituzionali e organizzazione

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

Appendice 463

Indice delle figure

1. L'ecosistema digitale

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

2. Il settore delle comunicazioni in Italia

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

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

3. Gli interventi dell'Autorità

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

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

4. L'Autorità: rapporti istituzionali e organizzazione

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

Indice delle tabelle

1. L'ecosistema digitale

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

2. Il settore delle comunicazioni in Italia

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

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

3. Gli interventi dell'Autorità

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

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

4. L'Autorità: rapporti istituzionali e organizzazione

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

L'ecosistema digitale

1.1. Gli scenari economici e tecnologici

L'evoluzione del settore delle comunicazioni negli ultimi anni mostra una sempre più accentuata dinamica di convergenza tecnologica e di mercato tra l'industria delle telecomunicazioni e quella dei media. Seppur ancora distinti sotto diversi profili, i mercati dei media e delle telecomunicazioni appaiono infatti attraversati da forti spinte all'integrazione, che incidono sulla catena del valore dell'intero settore delle comunicazioni. Questo va progressivamente assumendo i contorni di un ecosistema digitale sempre più complesso e articolato di relazioni e scambi tra operatori di reti e fornitori di servizi e contenuti audiovisivi, in cui si affermano nuovi attori economici, come le *internet company* globali, le c.d. "Over The Top"[1].

In tale prospettiva, il perdurante declino che caratterizza nell'Unione europea il settore delle telecomunicazioni, che registra complessivamente una crescita negativa pari a -1,9%, si giustifica anche per il fatto che il valore tende a spostarsi verso servizi internet a valore aggiunto – in particolare, quelli funzionali allo sviluppo del modello "mobile everywhere" che presuppone reti 4G come LTE, servizi in modalità *cloud* e stoccaggio di *big data* – e le imprese europee mostrano difficoltà ad affermarsi in questi mercati emergenti, su cui si stanno invece maggiormente orientando gli investimenti dei nuovi colossi dell'ecosistema digitale (tra cui Apple, Google, Amazon, Microsoft e Facebook). A questa situazione, fa da riscontro la continua ripresa dei settori televisivo (+4,1%) e media in Europa, seppure con incrementi decrescenti. Ciò si riflette sui ricavi complessivi del settore delle comunicazioni (Tlc+Tv) che, nel 2011, sono stimati in 390 miliardi di euro evidenziando, rispetto al 2010, una leggera ripresa (con un guadagno sul 2010 dello 0,25%).

Nell'ecosistema digitale europeo è da rilevare il risultato conseguito dal comparto dei servizi di *data processing* che, secondo le stime del Rapporto DigiWorld 2012, nell'ultimo anno ha conseguito un incremento di fatturato pari al 2,9%, attestandosi come una rilevante fonte di produzione del valore nel settore in Europa, con un ricavo complessivo annuo pari a circa 239 miliardi di euro nel 2011.

Strettamente legato alla crescita dei servizi *online* è lo sviluppo del mercato dei terminali, con un effetto trainante per l'incremento dei servizi dati in mobilità, ormai largamente utilizzati per la fruizione di contenuti audiovisivi. Una tendenza comune ai mercati europei e al resto del mondo è l'incremento del traffico internet generato da terminali diversi dal PC. Le stime per il 2015 indicano che, a livello globale, il traffico internet generato da questi dispositivi è destinato a crescere del 101% per apparecchi televisivi "connected TV", 216% *tablets*, 144% *smartphones* e 258% dispositivi M2M (*machine to machine*).

Attualmente, il tasso di penetrazione degli *smarthphone* in Europa è in costante aumento e, sebbene inferiore alle percentuali statunitensi, è associato a interessanti

1 I contorni dell'ecosistema digitale, e della relativa catena del valore, sono oggetto di numerosi studi e non è rinvenibile una definizione univoca, benché – come già analizzato nella Relazione annuale 2011 (cap. 1) – gli assi portanti sono costituiti dal settore delle telecomunicazioni, dalla radio-televisione e dall'editoria, da internet, a cui si associano altri settori a partire dall'industria manifatturiera ICT, ivi compresi i prodotti *hardware* e *software*. Nel seguito, sono proposti i dati quantitativi riferiti al settore delle telecomunicazioni e della televisione, contestualizzati nelle più ampie linee di tendenza che caratterizzano l'intero ecosistema digitale.

sviluppi competitivi se si considera che la diffusione del sistema operativo Android di Google nel 2011 ha eguagliato, e in alcuni casi superato, quello sviluppato da Apple per iPhone (dati Cisco 2012). Anche nel settore dei *tablets*, l'iPad di Apple sta perdendo la propria egemonia. Per effetto dello sviluppo di questi mercati, il Rapporto Idate 2012 mostra che il tasso di crescita dei servizi dati in mobilità nel 2011 ha continuato a crescere, con un ritmo superiore all'anno precedente nell'intera Europa (+14,2% nel 2011 contro +12,4% nel 2010)[2].

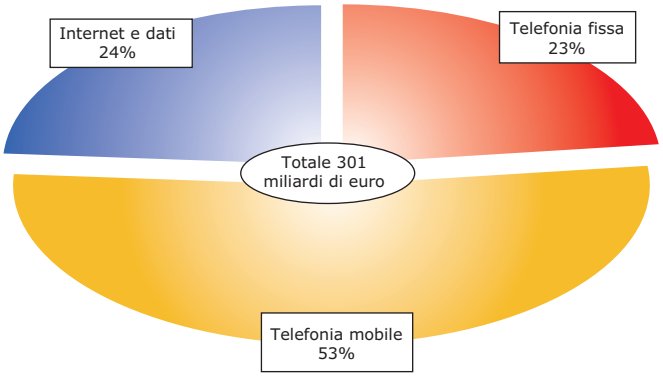
Questi dati trovano riscontro negli incrementi dei volumi di traffico generati anche grazie alla diffusione di questi nuovi terminali. Le proiezioni elaborate dalla società Cisco (*Cisco visual networking index Global Mobile Data Forecast Update 2011-2016*) indicano per il 2011 un volume complessivo pari a circa 247 exabyte di dati veicolati sulle reti IP fisse e 7.164 petabyte per le reti mobili. Inoltre, il traffico mobile presenterà nei successivi 5 anni un tasso annuo di crescita composto pari all'83% nell'Europa centrale e orientale e al 68% in Europa occidentale. L'aumento del traffico appare, quindi, correlato al tasso di penetrazione dei nuovi terminali (*smartphone*, *tablets*, *smart-tv*) che consentono, in taluni casi, la fruizione integrata di contenuti audiovisivi attraverso il *web* e le reti televisive. Nel 2011, peraltro, la modalità diffusiva di servizi televisivi che ha registrato il tasso di crescita maggiore (+22,9%) è risultata la piattaforma integrata IP TV che, allo stato attuale, rappresenta la modalità primaria di accesso alla TV per 19,6 milioni di utenti residenziali in Europa, di cui 7,5 soltanto in Francia. Ancora una volta, le prospettive di sviluppo per i mercati europei sono rinvenibili nella centralità assunta dai processi di integrazione tra i servizi di tlc e tv, da un lato, e l'industria *software* e IT dall'altro.

Circoscrivendo l'analisi al settore delle telecomunicazioni, emerge, a fronte delle prospettive incoraggianti per il segmento di mercato legato al traffico dati in mobilità, una perdurante flessione del fatturato annuo. In Europa, i ricavi per il 2011 del settore tlc sono stimati in 301,4 miliardi di euro (vedi Figura 1.1) con una perdita rispetto al 2010 dello 0,8% legata soprattutto alla riduzione dei ricavi del segmento della telefonia fissa pari al 7,6%. Lo stesso aumento dei ricavi della telefonia mobile (0,9%) e del comparto dati (2,6%) – stimati, rispettivamente, in 161 miliardi di euro e 71 miliardi di euro – deve essere ponderato, considerando che in termini percentuali si tratta di un incremento più contenuto rispetto agli anni precedenti (vedi Figura 1.2).

La flessione dei ricavi derivanti dal traffico voce appare infatti una tendenza comune, seppur in misura differente, ai servizi di rete fissa e mobile, per effetto di mutamenti nelle modalità di comunicazione indotti dalla diffusione di servizi voce su IP.

2 La fonte dei dati in questa sezione, se non diversamente specificato, è Idate. I dati indicati nella presente sezione, per quanto coerenti con quelli contenuti nella precedente relazione annuale, non possono essere tuttavia confrontati con questi ultimi. Infatti la diversità delle fonti, dei tassi di cambio EUR/USD, nonché delle fasi di stima (preventiva o consuntiva), rendono alcuni dati presentati non perfettamente allineati con quelli riportati nella Relazione annuale 2011.

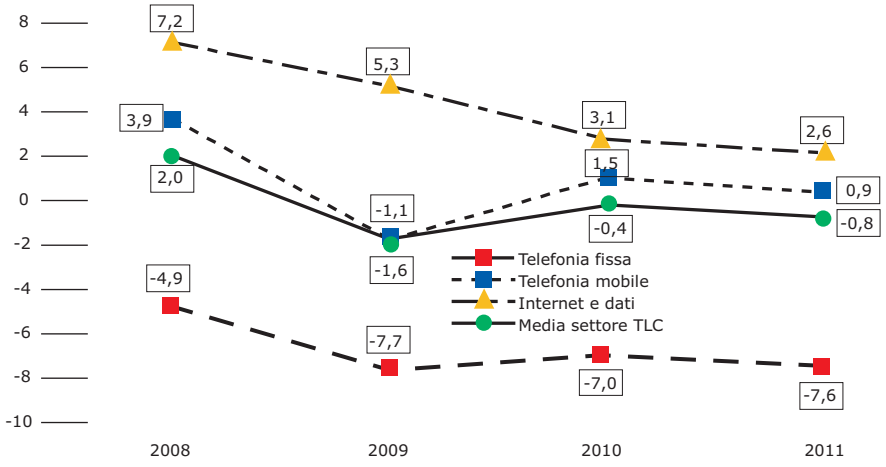
Figura 1.1. *I servizi tlc in Europa – Ripartizione dei ricavi per tecnologia (2011, in %)*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Nel settore mobile, comunque, l'effetto di compensazione della perdita di ricavi dal traffico voce per effetto degli incrementi nei servizi *mobile data* appare minore nei mercati europei più maturi, quelli cioè degli Stati membri UE, rispetto al resto del continente europeo.

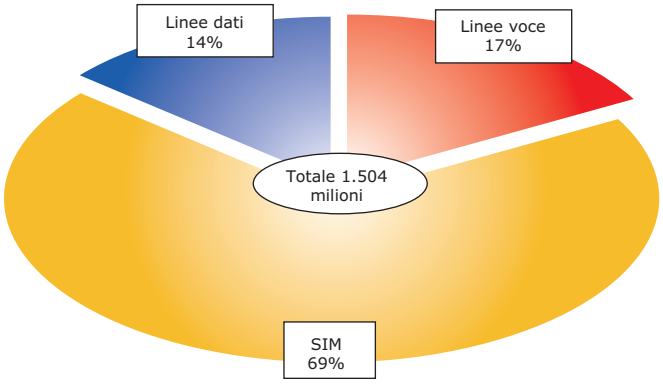
Figura 1.2. *I servizi tlc in Europa – Variazione % dei ricavi (2008-2011)*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Il numero di utenti abbonati a servizi di telecomunicazione in Europa, per il 2011, è pari a 1.504 milioni (circa 30 milioni in più se confrontati con l'anno precedente). Di questi il numero di abbonati a servizi dati a banda larga e ultra larga è pari a 213 milioni (aumento del 3,6%), il numero di SIM attive è 1.031 milioni (aumento del 3,5%), le utenze di telefonia fissa 260 (in diminuzione del 4,7%) (vedi Figura 1.3).

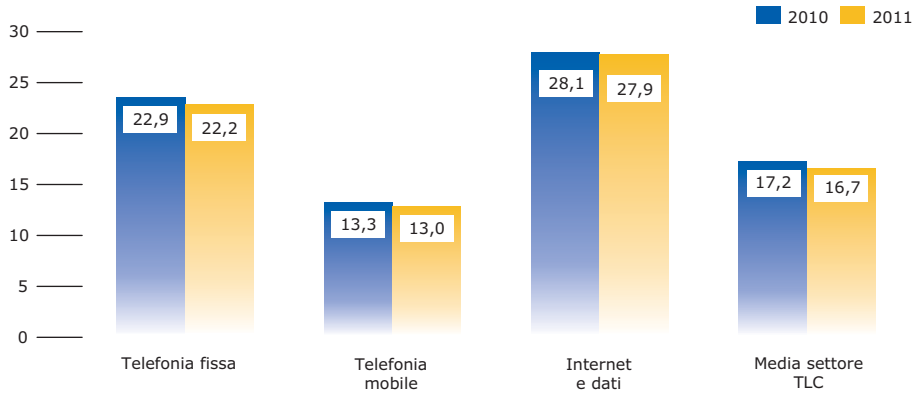
Figura 1.3. *I servizi tlc in Europa – Ripartizione delle utenze per tecnologia (2011, in %)*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Come per il 2010 e il 2009, l'ARPU risulta in diminuzione, sia a livello di settore che per i singoli segmenti (vedi Figura 1.4): il comparto internet rimane quello con la maggiore redditività per cliente (di circa 10 euro superiore all'ARPU mensile medio), seguito dal segmento della telefonia fissa (circa 22 euro al mese) e dal settore mobile (13 euro al mese).

Figura 1.4. *I servizi tlc in Europa – ARPU mensile (2010-2011, euro)*



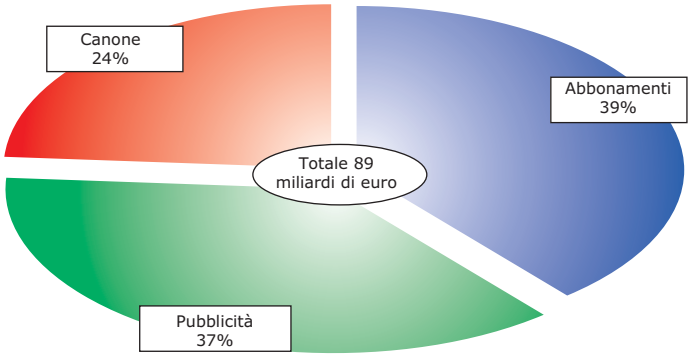
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

A differenza del comparto delle telecomunicazioni, il fatturato annuo del settore televisivo è cresciuto, nella misura del 4,1% nell'ultimo anno in Europa. In termini assoluti, il settore televisivo ha registrato 89 miliardi di euro nel 2011 con un guadagno di 4 miliardi rispetto all'anno precedente, dovuto in gran parte all'aumento nell'ul-

timo anno dei ricavi da servizi a pagamento (+6%) e dei ricavi pubblicitari (+4%) (vedi Figura 1.5).

Il mercato europeo, dove resta comunque un'importante quota di ricavi derivante da entrate pubbliche (come il canone), risulta infatti interessato da un progressivo cambiamento per quanto riguarda la struttura dei ricavi, con una crescente rilevanza dei ricavi derivanti dall'erogazione di servizi audiovisivi a pagamento, ormai stabilmente la prima fonte di finanziamento nel settore. I ricavi derivanti da finanziamento del servizio pubblico radiotelevisivo hanno raggiunto nel 2011 un valore complessivo pari a 20,9 miliardi di euro, contro i 35,3 dei ricavi da servizi *pay* e 31,6 di quelli pubblicitari.

Figura 1.5. *I servizi tv in Europa – Ripartizione dei ricavi (2011, in %)*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

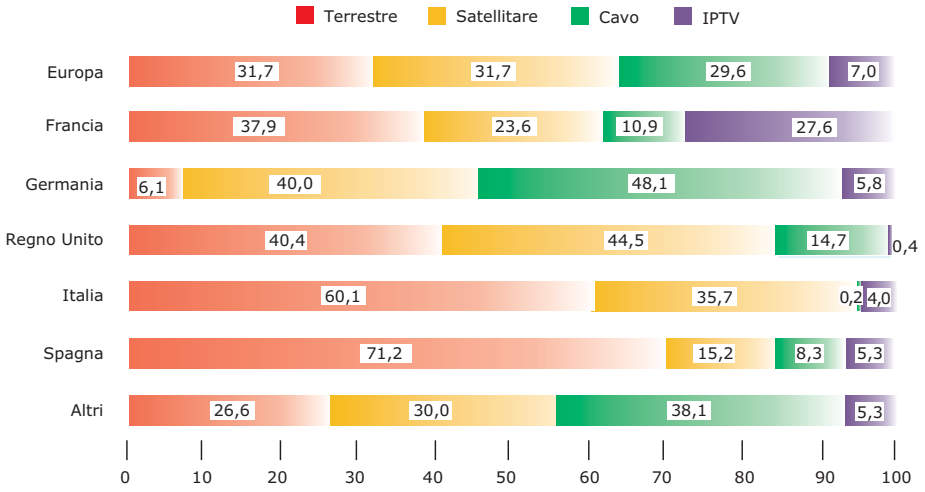
Il mercato europeo della *pay-tv* ha registrato un incremento di circa il 16% nel periodo 2008-2011 dal punto di vista del numero di utenti.

A fronte di un aumento generalizzato dell'apporto derivante dai servizi a pagamento, permangono sostanziali differenze tra i maggiori mercati nazionali dell'Unione europea. In Germania e Spagna il finanziamento pubblico è superiore alle altre fonti di ricavo, anche se nella Repubblica federale tedesca si tratta di uno scarto minimo in quanto le tre fonti di ricavo risultano sostanzialmente equivalenti (oltre 4 miliardi di fatturato per ciascuna tipologia di ricavi). In Gran Bretagna e Francia i ricavi da abbonamenti alla *pay-tv* risultano sostanzialmente prevalenti (in entrambi i paesi rappresentano circa il doppio degli introiti da finanziamento pubblico e si attestano intorno ai 6 miliardi di fatturato), mentre in Italia i ricavi da pubblicità hanno un peso maggiore rispetto alle altre fonti.

Nel 2011 il numero di utenti televisivi (*Tv households*) in Europa è risultato pari a 281 milioni, di cui 55 milioni ricevono il segnale televisivo digitale terrestre, 35 milioni hanno accesso alla piattaforma analogica, 89 milioni alle piattaforme satellitari (gratuite o a pagamento), 83 milioni gli utenti della tv via cavo e circa 20 milioni gli utenti IPTV. Il tasso di incremento annuo del numero di utenti raggiunti dal segnale digitale è complessivamente pari a 10%.

La situazione nei diversi paesi europei è molto differenziata (vedi Figura 1.6). È il caso del Regno Unito dove la principale modalità trasmissiva è il satellite (44,5%), mentre la piattaforma terrestre è utilizzata dal 40% degli utenti e le offerte via cavo da circa il 15%. In Germania, ricorre al terrestre poco più del 6% degli utenti residenziali, a fronte del 40% di accessi mediante piattaforme satellitari e 48,1% di utenti della Tv via cavo, che è la principale tecnologia trasmissiva del mercato tedesco. In Spagna come in Italia, invece, la Tv raggiunge gli utenti prevalentemente attraverso tecnologia DTT (Digital terrestrial television). L'IPTV, infine, si attesta in tutti i principali paesi UE al di sotto del 10%, fatta eccezione per la Francia, che risulta tra i maggiori mercati europei per questa tecnologia.

Figura 1.6. *I servizi tv in Europa – TV* households *per paese e tecnologia (2011 in %)*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Il Rapporto *World Television Market* (2012) di Idate mette peraltro in evidenza la relazione tra accessi via cavo e numero di utenti della *pay-tv* in Europa. In effetti, la tv via cavo resta la principale piattaforma di accesso per le offerte a pagamento che, nell'intera compagine dei paesi europei ha raggiunto 164 milioni di abbonati, con un incremento del 4,1% solo nel 2011. Poiché nella maggior parte dei mercati europei la principale sfida dei prossimi anni, soprattutto nella prospettiva della Tv a pagamento, non è l'estensione della copertura territoriale del segnale, quanto piuttosto la capacità di ampliare, da un lato, l'offerta verso nuovi servizi interattivi e a valore aggiunto e, dall'altro, attirare nuovi clienti, le novità più interessanti che si sono affacciate sui mercati in questi anni riguardano l'integrazione tra televisione e internet, come la fornitura di offerte *triple play* (comprensive di servizio voce, internet e televisione) e le forme più evolute di servizi televisivi *Pay Per View* (PPV), *Video on Demand* (VoD), programmazione in alta definizione (che richiede apparecchiature HDTV).

Al riguardo, è interessante osservare che già attualmente la fruizione di contenuti audiovisivi attraverso internet rappresenta il 40% del traffico IP generato dai consumatori, valore che peraltro non comprende il traffico relativo allo scambio di *file* video con i servizi p2p. La somma dei dati di traffico relativi allo scambio di video mediante tecniche di *file sharing* con altre forme di servizi di media audiovisivi online (Tv, VoD, *online video streaming*) è destinata a raggiungere il 90% dei consumi globali di traffico internet nel 2015 (stime Cisco). La fruizione di servizi di media audiovisivi attraverso apparecchi televisivi (smart o connected Tv) nel 2010 rappresentava il 7% ma mostra un tasso di crescita sostenuto dalla domanda degli utenti, il 20% dei quali già possiede un televisore dotato di connessione a internet (fonte: Strategy Analytics, marzo 2012). Sebbene la propensione a utilizzare il *web*, soprattutto per i servizi VoD in alta definizione, sia superiore negli USA che in Europa, la convergenza tra Tv e internet rappresenta una realtà in diversi mercati europei: nel Regno Unito, per esempio, ha raggiunto un discreto successo l'applicazione Zeebox, che consente di connettersi dallo schermo del televisore ai principali *social network* (Facebook e twitter) mentre si assiste ai programmi televisivi. Il colosso di internet Google ha altresì annunciato, sempre nel Regno Unito, il lancio di un nuovo servizio di smart Tv.

Ai mutamenti così delineati possono essere ricondotte alcune tendenze rilevate nell'ultimo anno nel mercato pubblicitario. In Europa, il mercato della pubblicità nell'intero settore dei media è cresciuto complessivamente del 3,2% nel 2011 con un valore in termini assoluti di 88,1 miliardi di euro. Tuttavia, mentre l'incremento dei ricavi pubblicitari nel settore televisivo risulta in linea con il dato medio (+3,6%), i ricavi della pubblicità su internet registrano un incremento molto più consistente, pari al 13,6%. In prospettiva, questa dinamica è suscettibile di alterare l'attuale ripartizione dei ricavi pubblicitari nel settore dei media che, attualmente, si concentrano soprattutto nei settori tradizionali, come l'editoria (39%) e la televisione (37,1%), mentre la radio già attualmente assorbe una quota inferiore a internet (circa il 5,6%).

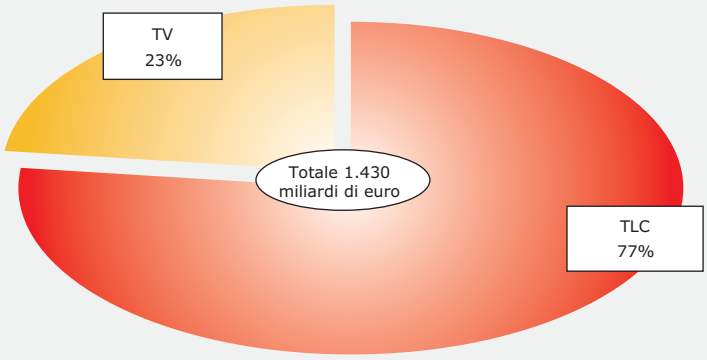
Le linee di tendenza dell'ecosistema digitale europeo – in larga misura in linea con quelle registrate a livello mondiale (cfr. Focus 1) – compongono il quadro in cui si muove l'azione pubblica che, in virtù dei processi di integrazione dei mercati e di aggregazione industriale delle diverse attività che compongono la filiera produttiva, trova nella dimensione europea il contesto di riferimento per l'esercizio delle funzioni di regolamentazione e vigilanza. In tal senso, nel seguito del capitolo sono rappresentati i principali temi che hanno alimentato il dibattito internazionale riguardante l'ecosistema digitale e le relative azioni di *policy*, i cui sviluppi informano le attività dell'Autorità, illustrate nel dettaglio nei successivi capitoli.

Focus 1 - L'ecosistema digitale nel mondo

Anche nel 2011, in sostanziale continuità con le tendenze già riscontrate nell'anno precedente, si conferma l'andamento anticiclico dell'ecosistema digitale che, nonostante la perdurante crisi a livello mondiale, vede aumentare i propri ricavi: se si considerano, infatti, congiuntamente il settore delle telecomunicazioni e quello televisivo, gli introiti complessivi nel 2011 raggiungono, approssimativamente, i 1.500 miliardi di euro (vedi Figura 1.7), con un differenziale del +4% rispetto al 2010. Pertanto, il settore delle telecomunicazioni e della televisione, nel suo complesso, manifesta una capacità di resistenza alla crisi finanziaria globale maggiore rispetto ad altri segmenti: è da rilevare che entrambi i mercati delle comunicazioni elettroniche (sia quello dei *personal media* che quello dei *mass media*) contribuiscono alla crescita del settore,

ancorché in percentuali diverse (rispettivamente del 3 e 5%), a sostanziale conferma della peculiarità del mondo digitale. D'altronde, poiché gli investimenti tecnologici di carattere convergente si riflettono sul versante economico, appare evidente che le dinamiche di un singolo segmento – media o tlc – si riversino anche sull'altro. Si pensi, a titolo esemplificativo, alla correlazione positiva tra gli investimenti in banda larga e i ricavi del settore dell'IPTV. Sicché, la crescente domanda di *smartphone*, *tablet* e contenuti digitali appare ulteriormente stimolata da un'offerta ampia e variegata di servizi di comunicazione e di applicazioni audiovisive.

Figura 1.7. *L'ecosistema digitale nel mondo (2011, miliardi di euro)*



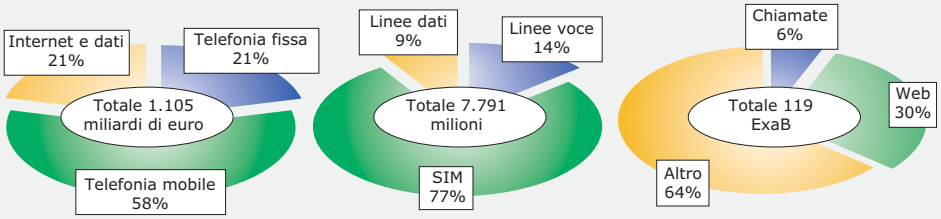
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Date queste premesse, è possibile ora proporre una ulteriore traccia di analisi, declinando l'ecosistema digitale nei suoi due principali settori.

Le telecomunicazioni

Il settore delle tlc nel 2011 (vedi Figura 1.8) ha fatturato circa 1.105 miliardi di euro, con un bacino di utenza di 7.791 milioni di linee, le quali hanno trasportato nella Rete un traffico di circa 119 Exabyte.

Figura 1.8. *I servizi tlc nel mondo – Ricavi, utenze e traffico (2011, in %)*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate e Cisco

Con riguardo ai ricavi, si osserva come, dei complessivi 1.105 miliardi incassati dall'intero settore tlc, la parte principale (58%) sia da attribuirsi alla componente mobile con circa 640 miliardi di euro, mentre su rete fissa la componente dati (228 miliardi di euro) ha quasi eguagliato la componente voce (238 miliardi di euro). D'altronde si registra ormai da diversi anni (vedi Tabella 1.1), a livello mondiale, una crescita dei ricavi della telefonia mobile (+6% nel solo ultimo anno), che riesce a compensare le perdite della telefonia fissa (-6% rispetto al 2010). La componente Internet, ancorché presenti tassi di crescita positivi (+5% nel 2011), sta rallentando il differenziale dei ricavi (+8% nel 2008).

Tabella 1.1. *I servizi tlc nel mondo – Variazione dei ricavi (2008-2011)*

	2008	**2009**	**2010**	**2011**
Telefonia fissa	-4,2%	-7,1%	-6,5%	-5,7%
Telefonia mobile	6,8%	4,1%	5,3%	6,2%
Internet e dati	8,4%	5,5%	5,4%	5,2%
Media settore TLC	3,7%	1,2%	2,3%	3,2%

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Con riferimento invece alle utenze, il dato complessivo è da attribuirsi all'enorme bacino di utenze mobili (circa 6 miliardi di SIM), mentre le linee voce e le linee dati si attestano intorno al miliardo di unità (rispettivamente 1,089 miliardi e 0,715 miliardi). Analizzando inoltre la dinamica delle utenze (vedi Tabella 1.2), si osserva come la componente mobile registri tassi di crescita positivi (+22% nel 2008, +15% nel 2009, +16% nel 2010, +14% nel 2011), mentre complessivamente le linee di accesso voce e dati in postazione fissa siano sostanzialmente costanti negli ultimi tre anni: infatti, si assite a un processo di sostituzione dei tradizionali accessi *narrowband* (ossia le linee voce) con quelli *broadband* (ossia le linee dati), come si rileva dalle diverse variazione annue, negative nel primo caso (oltre -1% ogni anno) e positive nel secondo caso (almeno +8% ogni anno).

Tabella 1.2. *I servizi tlc nel mondo – Variazione delle utenze (2008-2011)*

	2008	**2009**	**2010**	**2011**
Linee voce	-1,0%	-4,2%	-2,6%	-2,0%
SIM	22,4%	15,2%	16,1%	13,7%
Linee dati	9,9%	8,6%	7,6%	9,3%
Media settore TLC	13,0%	10,5%	11,9%	10,8%

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Con riguardo infine al traffico Internet, secondo le stime della società Cisco, il volume di informazioni trasmesse complessivamente dalle utenze *retail* di rete fissa e mobile è stato nel 2011 di oltre 100 Exabyte. Tale dato, tra l'altro, non comprende gli onerosi (in termini di bit) contenuti video, siano essi *managed* (IPTV, VoD, ecc.) o *unmanaged* (YouTube, Hulu, ecc.). Inoltre, si può osservare come nel 2011 i tradizionali servizi *web* (siti, *mail*, ecc.) rappresentino una quota minoritaria del traffico (30%) a fronte degli altri servizi di comunicazione (videochiamate, messaggistica, ecc.) e delle altre attivi-

tà su Internet (*gaming*, *sharing*, ecc.), e per questo alcuni autori hanno parlato della cosiddetta "morte del web", concetto ripreso da più parti nella dialettica tra "rete aperta" e "internet frammentato". In effetti, sebbene negli ultimi anni tutte le diverse tipologie di traffico siano generalmente in aumento (vedi Tabella 1.3), il tasso di crescita dei servizi *http-based* (attorno al 28% negli ultimi anni) appare comunque inferiore rispetto a quello conseguito da altri servizi, ad esempio VoIP e instant messaging, che conseguono una media annuale superiore al 32%.

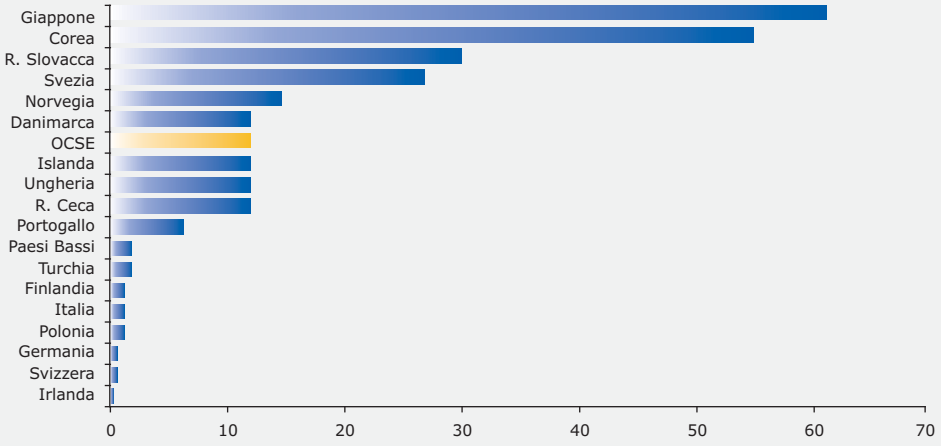
Tabella 1.3. *I servizi tlc nel mondo – Variazione del traffico dati (2009-2011)*

	2009	2010	2011
Chiamate	33,8%	32,3%	33,0%
Web	28,7%	27,9%	28,1%
Altro	24,4%	24,8%	21,1%
Media settore TLC	25,8%	25,9%	25,1%

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Cisco

In merito agli investimenti per garantire una copertura *ultra-broadband* agli utenti, si possono osservare a livello mondiale due diverse tendenze. Da un lato, alcune nazioni hanno adottato per la banda ultra-larga una soluzione *infrastructure-based*, ossia hanno realizzato nuove reti in fibra per garantire agli utenti un accesso a Internet dell'ordine delle decine di Megabit per secondo. Dall'altra, diversi Paesi hanno preferito adottare strategie di *signal processing*, al fine di veicolare maggiori quantità di informazione a parità di mezzo trasmissivo (tipicamente il rame o il cavo). Tale polarizzazione è bene evidenziata nei dati OCSE, dove paesi con simile copertura *broadband*, quali la Germania e la Corea del Sud (entrambe con circa 35 utenti su 100 con connessioni ad almeno 1 Mbps), presentano tuttavia diverse percentuali di accessi in fibra sul totale degli accessi dati, rispettivamente dell'1% e del 57% (vedi Figura 1.9).

Figura 1.9. *I servizi tlc nel mondo – Diffusione della fibra (2011, in % sugli accessi* broadband*)*

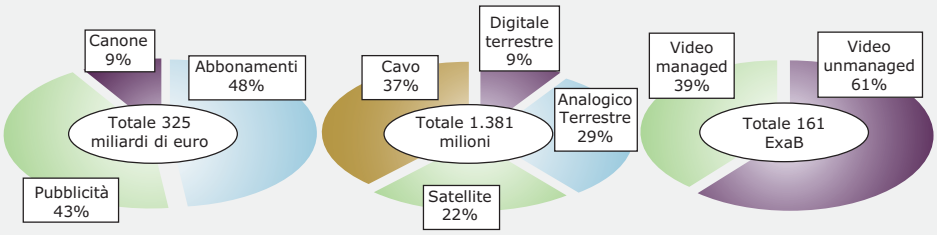


Fonte: OECD Broadband statistics

L'audiovisivo

Il settore dell'audiovisivo nel 2011 (vedi Figura 1.10) ha fatturato circa 325 miliardi di euro, a fronte di circa 1,381 miliardi di famiglie dotate di un apparecchio televisivo. Sempre nello stesso periodo, con riguardo al flusso di dati generato dagli utenti di Internet, il volume di contenuti video veicolato sulle reti IP è stimato in circa 161 Exabyte.

Figura 1.10. *I servizi tv nel mondo – Ricavi, utenze e traffico (2011, in %)*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate e Cisco

Più precisamente, i ricavi complessivi, nel corso del 2011 sono ulteriormente cresciuti a livello mondiale, e confermano la definitiva affermazione della televisione a pagamento. Passando ad analizzare le singole fonti di ricavo, difatti, si rileva la prevalenza degli introiti derivanti da *pay-tv* (intesi come sottoscrizioni di abbonamenti e contenuti *on-demand*) e da pubblicità, mentre la quota originata dal pagamento del canone appare residuale (9%). Inoltre, un'analisi dinamica dei ricavi complessivi mondiali (vedi Tabella 1.4) permette di evidenziare, negli ultimi anni, incrementi significativi della componente relativa alla *pay-tv* (sempre superiore al 7% su base annua), come pure degli introiti di carattere pubblicitario (quasi il 10% rispetto al 2008). Pertanto, può affermarsi che i modelli di *business* del mercato dell'audiovisivo sono sempre più fondati sugli abbonamenti dei contenuti a pagamento e sui ricavi pubblicitari. D'altronde, si può ragionevolmente ritenere che l'aumento dei ricavi derivanti da *pay-tv* sia legato da un lato alla maggiore offerta degli editori televisivi, ormai sempre più propensi ad affiancare ai programmi gratuiti – tradizionalmente finanziati con canone e raccolta pubblicitaria – nuovi contenuti *premium*; dall'altro, alla nuova dimensione dell'utente-consumatore, che preferisce godere, in misura sempre crescente, di un'offerta più personalizzata e conforme a propri gusti e orientamenti, generando un circolo virtuoso che stimola a monte gli investimenti degli operatori.

Tabella 1.4. *I servizi tv nel mondo – Variazione dei ricavi (2008-2011)*

	2008	2009	2010	2011
Abbonamenti	8,3%	7,0%	9,0%	6,8%
Pubblicità	2,9%	-5,7%	11,1%	4,6%
Canone	0,5%	4,2%	4,3%	2,3%
Media settore TV	5,0%	0,9%	9,4%	5,4%

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Distinguendo i ricavi per area geografica, si conferma la predominanza del mercato nordamericano, che rappresenta quasi il 40% dei ricavi mondiali complessivi, seguito dal continente europeo e quello asiatico. Dal 2010 al 2011, l'aumento percentuale più consistente, per quanto riguarda i ricavi complessivi derivanti dal settore audiovisivo, è stato registrato in America Latina, con +15%, seguito da Africa-Medio Oriente e Asia, entrambi con +7%. Dunque, come nei precedenti anni, l'analisi delle fonti di reddito mostra ricavi complessivi maggiori in Nord America ed Europa, ma incrementi più alti, nel passaggio dal 2010 al 2011, nelle aree mondiali contrassegnate da ricavi minori. Un'analisi che tiene conto non solo dell'area geografica, ma anche della tipologia di ricavo (vedi Tabella 1.5), conferma che il *trend* è quello di un aumento maggiore degli introiti da abbonamento (a eccezione degli Stati Uniti e del Canada), ma al contempo si registra un'estrema variabilità da un'area all'altra: ad esempio, nell'area sudamericana e in quella MEA (*Middle East – Africa*), i ricavi da canone risultano stabili, mentre sono in crescita in Asia-Pacifico e in Europa. In America i ricavi della *pay-tv* risultano notevolmente cresciuti nel sud del continente (+27%) e solo marginalmente (+2%) nel nord del paese. La pubblicità è cresciuta di quasi il 5% a livello mondiale, con gli estremi rappresentati dall'Europa (meno del 4%) e Asia-Pacifico (più del 6%).

Tabella 1.5. *I servizi tv nel mondo – Ricavi per area e fonte di reddito (2011)*

	MEA	Asia Pacifico	America latina	Nord America	Europa	Mondo
Abbonamenti	15,2%	9,8%	27,2%	2,5%	5,8%	**6,8%**
Pubblicità	6,1%	6,1%	4,1%	3,9%	3,6%	**4,6%**
Canone	0,0%	3,4%	0,0%	2,0%	1,8%	**2,3%**

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Altro aspetto da considerare è la differenziazione degli utenti in base alle diverse piattaforme utilizzate. A livello mondiale il traffico delle utenze si concentra soprattutto sul cavo (37%) e sulla piattaforma analogica terrestre (complessivamente oltre il 60%), seguiti dal satellite (22%), mentre il digitale terrestre e la IPTV presentano ancora una quota minoritaria (circa il 12% in maniera congiunta). Tuttavia, un fenomeno da rimarcare è la progressiva sostituzione, in tutte le aree considerate, della televisione terrestre in tecnica analogica con quella digitale (vedi Tabella 1.6). A livello mondiale, il DTT, come pure la tv via cavo, registrano un aumento delle famiglie dotate di apparecchi televisivi di oltre un decimo (rispettivamente +12% e +10%). L'incremento relativamente maggiore lo fa segnare però la IPTV, che vede crescere il suo bacino di utenza di circa il 30%. Tale piattaforma è cresciuta particolarmente in Africa e Medio Oriente (+84%). In Asia-Pacifico invece è stata significativa la crescita della televisione satellitare (+17%), mentre in America latina le utenze del digitale terrestre sono aumentate di oltre un quarto (+25%). Infine, Nord America e Europa sono le uniche due aree che hanno visto contrarsi il numero di *TV household* via cavo (rispettivamente -2% e -1%).

Tabella 1.6. *I servizi tv nel mondo – Tv* households *per area e piattaforma (2011)*

	MEA	Asia Pacifico	America latina	Nord America	Europa	Mondo
Analogica terrestre	-1,7%	-5,9%	-17,5%	-63,0%	-20,1%	**-7,8%**
Digitale terrestre	25,0%	10,4%	25,1%	4,8%	8,3%	**12,1%**
Satellite	6,7%	17,2%	20,1%	1,3%	4,2%	**10,4%**
Cavo	2,7%	3,3%	6,1%	-2,2%	-1,0%	**2,0%**
IPTV	84,0%	39,0%	44,0%	24,6%	22,9%	**29,2%**

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Idate

Peraltro la crescita del traffico video su Internet non è dovuta alla sola IPTV: i contenuti video fruiti tramite la Rete rappresentano ormai la parte principale del traffico consumato dagli utenti finali. Basandosi sui dati riportati nel *Cisco Visual Networking Index*, si può stimare in oltre 160 Exabyte tale consumo di video tramite la rete Internet nel 2011 (ossia quasi la metà dell'intero traffico *retail*), sommando le diverse componenti quali i cortometraggi (ad esempio per il tramite di YouTube) e i lungometraggi (tramite Hulu) come pure i contenuti acquisiti dalle *smart-TV* (tramite Netflix). Osservando le dinamiche di crescita degli ultimi anni (vedi Tabella 1.7), è lecito attendere un progressivo aumento della componente video anche nel prossimo quadriennio: infatti Cisco stima che nel 2015, su 10 pacchetti transitanti in Rete, oltre 6 conterranno materiale audiovisivo.

Tabella 1.7. *I servizi tv nel mondo – Variazione del traffico dati (2009-2011)*

	2009	2010	2011
Video	128,0%	86,9%	65,1%

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Cisco

Nell'ultimo anno, l'ecosistema digitale è stato dunque caratterizzato da una crescita del fatturato complessivo, nell'ordine del 4% a livello mondiale e dello 0,25% nei mercati europei. Tale crescita è stata il frutto di un generale incremento nel valore del settore audiovisivo e di un aumento delle risorse economiche catalizzate dal comparto delle telecomunicazioni nei diversi continenti, tranne quello europeo (-0,8% a livello continentale e -1,9% nell'Unione europea). In parallelo, è cresciuto il numero degli individui e delle famiglie che accedono ai servizi dell'ecosistema digitale e, con tassi più sostenuti, è aumentato il traffico veicolato sulle reti di comunicazione elettronica, in particolare quello destinato al trasporto di contenuti video. Peraltro, nei prossimi anni, sono previsti un ulteriore aumento del traffico dati instradato sulle diverse infrastrutture IP e un notevole sviluppo nella gamma di applicazioni e servizi *online*, così come dei contenuti offerti agli utenti finali; al contempo, i nuovi servizi digitali che, presumibilmente, si affermeranno nei piani di consumo degli utenti richiederanno requisiti tecnici (*performance*) sempre più stringenti.

Si assiste, in questo quadro, al dispiegamento di un processo virtuoso connettività-contenuti. La produzione di nuovi contenuti promuove l'installazione di reti di nuova generazione e, in termini generali, ne giustifica la realizzazione sotto il profilo economico, tecnico e sociale. La maggiore disponibilità di capacità resa disponibile dall'installazione di reti a banda larga e ultra larga in postazione fissa (su supporti in fibra ottica oppure in rame, attraverso l'*upgrade* delle reti ADSL) e in mobilità (con l'estensione della copertura e il potenziamento delle reti HSPA, e soprattutto l'avvento delle reti LTE), a sua volta, favorisce la fruizione dei contenuti multimediali. La produzione di apparati *hardware* e *software* con prestazioni e funzionalità sempre più avanzate accompagna il processo in esame. Le trasformazioni in corso consentiranno incrementi di efficienza, soprattutto in assenza di ostacoli di natura tecnologica e di mercato posti in essere a danno della collettività.

Allo stesso tempo, l'ampliamento del settore, in termini di ricavi e di volumi, unitamente al fatto che i diversi comparti – telecomunicazioni, televisione e media, internet – mostrano una sempre maggiore correlazione, impongono un processo di riallocazione delle risorse economiche all'interno dell'ecosistema digitale. Difatti, le abitudini di consumo dei servizi digitali da parte degli utenti finali – siano essi individui e famiglie, oppure imprese e amministrazioni pubbliche che li utilizzano come servizi intermedi – risultano modificati in ragione dell'ampia gamma di scelta e dei nuovi bisogni di comunicazione, informazione e intrattenimento. Ciò modifica il valore relativo dei diversi servizi digitali e si riverbera nei rapporti che intercorrono tra i diversi agenti della catena del valore.

Le imprese di telecomunicazione forniscono i servizi di accesso a internet e possono arricchire il portafogli di servizi offerti agli utenti finali in virtù dell'ampliamento del perimetro delle attività consentito dall'ecosistema digitale; in parallelo, sostengono maggiori costi per la manutenzione e l'*upgrade* delle infrastrutture rese necessarie dalla crescita dei volumi di traffico derivanti dagli incrementi registrati nella domanda di connettività.

I *broadcaster* e, in generale, gli editori televisivi, del cinema e della carta stampata, nonché gli autori di opere creative trovano nell'ecosistema digitale un'opportunità per promuovere attività economiche e raggiungere, con nuovi mezzi e forme innovative, gli utenti finali. Allo stesso tempo, la digitalizzazione dei contenuti riserva loro alcuni rischi, in quanto l'offerta di video, dati e audio cresce a dismisura, anche in virtù dei bassi costi di produzione (e riproduzione) dei contenuti, mettendo in discussione le posizioni pre-costituite.

Le grandi piattaforme *internet-based*, che poggiano le proprie strutture su avanzati sistemi *software* (a partire dagli algoritmi di ricerca) e rapporti diretti con i consumatori, d'altro canto, rappresentano le imprese che, allo stato attuale, mostrano una maggiore capacità di attirare nuove risorse verso l'ecosistema digitale. Gli OTT (ossia imprese prive di una propria infrastruttura e che in tal senso agiscono al di sopra delle reti, da cui *over-the-top*) forniscono, attraverso le reti IP, servizi, contenuti e applicazioni di tipo *rich media*, basati sulla forte presenza di contenuti audiovisivi e traggono ricavo, in prevalenza, dalla vendita di contenuti e servizi agli utenti finali (ad esempio nel caso di Apple e del suo iTunes) e di spazi pubblicitari, come nel caso di Google e Facebook.

In questo quadro, i *broadcaster* e gli editori tradizionali, gli operatori di telecomunicazione e gli *over-the-top* competono tra loro nella fornitura di diversi servizi e sempre più, come già sottolineato da diversi esperti, si configura uno scenario di competi-

zione tra questi tre grandi gruppi di *player*, integrando dunque la nota sintesi Telco vs OTT e pervenendo al trinomio Telco vs OTT vs *broadcaster*.

In particolare, le imprese tradizionali del settore delle comunicazioni elettroniche individuano un elemento di ostacolo all'investimento nelle nuove reti nell'attuale spostamento dell'asse della competizione tra il complesso degli operatori di reti da una parte e i fornitori di servizi *over-the-top* dall'altra. Un discorso analogo è proposto dalle imprese operanti nel settore audiovisivo, nella misura in cui la produzione di programmi e opere di qualità e di contenuti innovativi presuppone la necessità di una congrua monetizzazione degli investimenti. In altri termini, nell'attuale fase non è escluso uno scenario in cui la tendenza a un disallineamento tra il flusso dei ricavi, dei volumi di traffico e degli investimenti nell'ecosistema digitale possa costituire un freno allo sviluppo di un mercato dei servizi digitali.

D'altra parte, i fornitori di servizi, contenuti e applicazioni sottolineano come le infrastrutture di rete siano un veicolo di accesso alle informazioni rese disponibili dai *content provider* e il fatto che i ricavi degli ISP ricevono un impulso positivo dai loro contenuti, in termini di incremento della domanda di servizi offerti dagli operatori di telecomunicazione, con particolare riguardo all'accesso alle reti in banda larga.

Le prospettive di crescita legate allo sviluppo di nuovi mercati dei servizi e delle applicazioni nell'economia digitale sono, in ogni caso, incoraggianti, in virtù dei crescenti volumi di traffico generato dagli utenti della rete e, al tempo stesso, dalla crescente domanda di capacità di banda.

Nell'agone commerciale, ciascun *player* dispone di *asset* rilevanti su cui far leva nel processo concorrenziale. I punti di forza delle imprese di telecomunicazione sono riconducibili innanzitutto nella gestione diretta delle reti di accesso e trasporto del segnale e, ancora, nella presenza di una rete commerciale diffusa sul territorio, nel legame diretto con i clienti e nell'ampia *customer base*. Sul versante dei *broadcaster* e degli editori, la qualità dei contenuti, l'*expertise* nella produzione di programmi e i rapporti intessuti con il settore dei produttori di contenuti creativi, nonché gli avanzati sistemi di gestione della pubblicità e delle sponsorizzazioni, attraverso le concessionarie, rappresentano alcuni dei fattori strategici che possono essere utilizzati nel nuovo contesto concorrenziale. In ordine alle *internet company*, esse traggono la loro forza commerciale, seguendo l'analisi proposta da Evans (2005) e Ballon (2009), dalla capacità di sviluppare piattaforme, rese disponibili su scala internazionale, in grado di facilitare quattro ordini di attività: genericamente, l'incontro tra diverse categorie di utenti (*match-makers*), oppure più in dettaglio tra inserzionisti pubblicitari e consumatori (*audience-makers*), tra venditori e compratori (*transaction-based businesses*) e tra imprese diverse operanti nel mercato dei servizi intermedi (*shared input platforms*). Gli elementi di forza derivano da due elementi principali, ossia la disponibilità di avanzati sistemi *software* e *hardware* e l'aggregazione di un'ingente quantità di potenziali clienti.

Ciò comporta l'esigenza di nuovi modelli di *business*, in grado di creare valore intorno alla fornitura di accesso a internet e di assicurare adeguata remunerazione agli operatori infrastrutturati in corrispondenza di incrementi nei volumi di traffico generati; in analogia, i *broadcaster* e, più in generale, il comparto editoriale necessita di adattarsi al nuovo contesto concorrenziale, contraddistinto da una pluralità di piattaforme trasmissive. Possibili soluzioni sono rinvenibili nell'evoluzione dei modelli tariffari, nell'innovazione connessa alla possibilità di differenziazione nei livelli prestazionali e, non ultima, nella possibilità di addivenire ad accordi commerciali con i nuovi attori dell'eco-

sistema digitale, nel rispetto dei principi di concorrenza e tutela dei consumatori che sottendono all'idea di un internet aperto e neutrale.

Uno scenario di questo tipo, tuttavia, pone a sua volta nuove sfide, prima tra tutte la garanzia di piena interoperabilità tra le nuove piattaforme e i dispositivi che abilitano l'accesso ai servizi avanzati dell'economia digitale. La realizzazione di questo paradigma dipenderà, *in primis*, dalle capacità di innovazione delle forze di mercato ma non può prescindere, al contempo, da un'accurata azione regolamentare al fine di promuovere l'innovazione nei servizi e contenuti, e l'ammodernamento delle dotazioni infrastrutturali, che rappresentano un elemento chiave per lo sviluppo di una domanda interna di servizi digitali.

In un siffatto quadro, l'azione del *policy maker* – e in particolare dei regolatori del settore – si muove materialmente nel campo delle reti, dei servizi e delle piattaforme, nonché dei contenuti digitali, provvedendo all'imposizione di dettagliate regole tecniche, laddove necessarie, improntate sempre alla promozione di una crescita efficiente dell'ecosistema digitale, con una costante attenzione all'impatto della regolazione sugli utenti e sulle imprese.

In particolare, a livello europeo, nel corso dell'ultimo anno, è progredito il processo di regolamentazione delle reti di nuova generazione, sia *wireline* che *wireless*, ed è in fase di completamento lo *switch-off* degli impianti di diffusione del segnale televisivo in tecnica digitale (cfr. cap. 1.2). Si è intensificata la riflessione condotta a livello pubblico sulle modalità più appropriate per promuovere la diffusione dei servizi digitali, partendo dall'opportunità di favorire l'innovazione tecnologica e l'evoluzione del mercato, accompagnando con politiche pubbliche, se del caso, i progressi che continuamente connotano l'ecosistema digitale: in tal senso, il dibattito è ruotato intorno all'attuazione dell'Agenda digitale europea e ha visto una crescente attenzione da parte dei *policy maker*, a livello internazionale, su specifici temi quali le forme di finanziamento delle NGAN ripartite tra i diversi operatori (co-investimenti) o specifici servizi quali il *cloud computing*, i sistemi di pagamento *on-line*, in particolare il *mobile-payment*, e in prospettiva la diffusione dell'internet delle cose (cap. 1.3). I contenuti e le relative forme di diffusione (ad esempio, la *connected tv*), la tutela delle fasce deboli, come i minori, e il ruolo del servizio pubblico radiotelevisivo nel nuovo contesto dettato dall'ecosistema digitale hanno rappresentato un altro versante di attenzione (cap. 1.4), anche in virtù delle crescenti dinamiche di convergenza che interessano il settore – come testimoniato dalla prosecuzione dei lavori, a livello internazionale e in Italia, sul tema della neutralità della rete e sul diritto d'autore – e che si estendono fino ad abbracciare altri settori, quali il sistema finanziario e creditizio e l'energia, la c.d. convergenza intersettoriale (cfr. cap. 1.5).

1.2. Le reti

La digitalizzazione dei segnali radio-televisivi e di telecomunicazioni rende sempre più attuale e necessario l'adeguamento delle infrastrutture di comunicazione, al fine di favorire una più efficiente veicolazione dei contenuti oramai *native digital*, ossia prodotti direttamente nel formato digitale. Allo stesso tempo, la forma digitale agevola, e dunque moltiplica, gli scambi tra i diversi produttori-fruitori. Tali fattori impongono la costruzione e manutenzione di reti dotate di una elevata capacità trasmissiva, in ogni segmento dell'infrastruttura.

L'esigenza di adeguare le infrastrutture alla "natura digitale" del contenuto da veicolare ha dettato, nelle reti di comunicazione, il ricorso sempre crescente alla commutazione a pacchetto e, nelle reti di informazione, l'utilizzo di tecniche trasmissive di tipo numerico. Peraltro, il settore delle telecomunicazioni fa fronte alla maggiore domanda di capacità per mezzo dell'aumento di banda nelle reti di accesso, mentre nel settore televisivo l'ampliamento è stato ottenuto, fra l'altro, in virtù dell'introduzione di nuove tecniche di compressione dei contenuti digitali.

Nei prossimi paragrafi, tali tendenze sono analizzate più in dettaglio, con particolare riferimento alle tre diverse infrastrutture – rete fissa a banda larga, rete mobile a banda larga e radio-televisiva – su cui insistono i lavori dell'Autorità, anche in un'ottica di promuovere nel breve e medio periodo nuovi investimenti in reti di comunicazione elettronica.

1.2.1. Le reti fisse a banda larga

Anche nel 2012 è proseguita l'intensa attività regolamentare avente ad oggetto le reti fisse di telecomunicazione e, in particolare, le nuove reti di accesso ad alta capacità, le cosiddette *Next Generation Access Network* (NGAN). L'accesso super veloce della popolazione a Internet rappresenta, infatti, uno dei punti principali dell'Agenda digitale europea: l'obiettivo è quello di fornire entro il 2020 una connessione *ultrabroadband*, ad almeno 30 Mbps, a tutti gli utenti, e raggiungere, dunque, una penetrazione del 100% di tale servizio nella popolazione dell'Unione europea.

La Commissione europea ha recentemente ribadito l'importanza degli investimenti riguardanti la banda larga anche (e soprattutto) in un quadro congiunturale negativo, come sottolineato nella consultazione pubblica *Public Consultation on an EU Initiative to Reduce the Cost of Rolling Out High Speed Communication Infrastructure in Europe* avviata il 27 aprile 2012. Tale consultazione, che si concluderà in estate, ha l'obiettivo di individuare le tecniche utili allo scopo di favorire la riduzione dei costi per lo sviluppo di NGAN e di valutare i possibili risparmi ottenibili nel *deployment* delle nuove reti. "In particolare, la Commissione intende esplorare le modalità per ridurre i costi legati all'ingegneria civile, quali gli scavi sulla rete stradale per la posa di cavi di fibra ottica, che possono rappresentare fino all'80% del costo totale. La Commissione ritiene di poter ridurre il costo degli investimenti in banda larga del 25%" (comunicato stampa IP-12-434_IT del 27 aprile u.s.).

Allo stesso tempo, gli operatori cercano di ridurre i costi legati alla realizzazione delle reti NGA mediante la condivisione degli investimenti effettuati per la realizzazione di nuove infrastrutture, prevedendo forme di finanziamento ripartite tra le diverse imprese (co-investimenti). Sul punto è recentemente intervenuto anche il Berec (cfr. *Co-investment and SMP in NGA networks*), che ha sottolineato come i co-investimenti abbiano un impatto significativo sia al fine di promuovere la costruzione delle reti NGAN che nelle corrispondenti analisi di mercato, poiché lo scenario di condivisione degli investimenti rende non più immediatamente applicabili né il modello di "operatore singolo" né di "operatori indipendenti".

In questo scenario, le autorità nazionali di regolamentazione (di seguito, ANR) europee hanno adottato nello scorso biennio diversi strumenti volti a promuovere la riduzione dei costi e a incentivare gli investimenti in nuove infrastrutture. A livello europeo due sono i principali orientamenti: favorire la condivisione fisica delle opere civili (cavidotti, tubi, fibra, ecc.) e consentire l'accesso virtuale alle reti, attraverso una elaborazione dei segnali ivi transitanti. Ovviamente tali approcci non sono mutuamente esclusivi, bensì in diversi paesi compongono un unico disegno strategico, anche in ragione delle diverse specificità tecnologiche dell'infrastruttura, quali il mezzo trasmissivo, le tecniche di trattamento del segnale, la topologia della rete, ecc. (vedi Tabella 1.8).

Ad esempio, in Francia, il regolatore Arcep ha ritenuto sufficiente l'imposizione di rimedi passivi a tutti gli operatori, che devono garantire l'accesso sia alla fibra che ai cavidotti, mentre non ha imposto obblighi riguardanti il *wavelength division multiplexing* (WDM) o il *virtual unbundling* (VULA). Tali scelte sembrano essere motivate, fra l'altro, dall'ampia diffusione in Francia delle architetture FTTH, che collegano singolarmente ogni abitazione (c.d. *point-to-point*). Questo tipo di infrastruttura risulta tuttavia particolarmente onerosa, in ragione della maggiore quantità di scavi e opere civili, nelle zone rurali e scarsamente popolate. Pertanto, l'autorità francese, nell'aprile 2012, ha sottoposto a consultazione lo schema di provvedimento *Mise en oeuvre de l'obligation de complétude des déploiements des réseaux FttH mutualisés pour l'habitat isolé*, nel quale si prevedono vincoli meno stringenti per gli obblighi di copertura delle abitazioni isolate. Viceversa nel Regno Unito, l'autorità di settore Ofcom ha preferito adottare rimedi attivi nei confronti degli operatori, quali appunto la fornitura di VULA e WBA, mentre nell'ambito dei rimedi passivi ha regolamentato esclusivamente l'accesso ai cavidotti.

Tabella 1.8. *La regolamentazione delle NGA in Europa (2012)*

Paese	Rimedi passivi			Rimedi attivi		
	Accesso alla fibra	Accesso ai cavidotti	Unbundling	WDM	VULA	WBA
AT	X	✓	X	X	✓	✓
DE	✓	✓	✓	✓	✓	✓
DK	X	✓	✓	X	✓	✓
ES	X	✓	X	X	X	✓
FI	X	X	✓	✓	X	✓
FR	✓	✓	X	X	X	X
IE	✓	✓	✓	X	✓	✓
IT	✓	✓	✓	✓	✓	✓
NL	X	X	✓	X	X	✓
NO	✓	✓	X	X	X	X
PT	X	✓	X	X	X	✓
SE	X	X	✓	✓	X	✓
UK	X	✓	X	X	✓	✓

Legenda: ✓ Obbligo imposto o proposto X Obbligo non previsto
Fonte: Cullen International

Tuttavia, la diffusione delle NGAN influenza non solo il segmento di accesso, ma più in generale l'interazione tra le diverse infrastrutture di rete. A scopo esemplificativo, le reti di nuova generazione presuppongono una commutazione non più basata sull'instaurazione di un circuito ma sull'invio di pacchetti. Pertanto, la crescente rilevanza del protocollo IP nelle NGN ha fatto si che alcuni regolatori – compresa l'Autorità (cfr. cap. 3.1.) – abbiano deciso di deregolamentare l'interconnessione basata sulla tradizionale tecnologia TDM, e focalizzarsi esclusivamente sulla disciplina di quella IP.

Questa tendenza a regolamentare sempre più gli aspetti informazionali (ossia relativi ai pacchetti più che ai circuiti) è osservato anche nel settore delle tariffe di terminazione, dove alcune ANR hanno proposto una tariffazione non più *time-based* (misurata cioè in termini di minuti) ma bensì *capacity-based* (ossia calcolata in funzione dei bit). Ad esempio in Spagna da alcuni anni vi sono tariffe di terminazione su rete fissa basate sulla capacità, calcolate secondo un modello di costo *bottom-up long run average incremental cost*, in accordo con le raccomandazioni della Commissione europea.

L'insieme di queste misure è volto a promuovere lo sviluppo delle infrastrutture di comunicazione in postazione fissa, un fattore trainante per la crescita dell'intero ecosistema digitale in quanto, a seguito dei processi di convergenza tra le reti e di diffusione del protocollo IP, costituiscono ormai le autostrade sulle quali far viaggiare l'informazione.

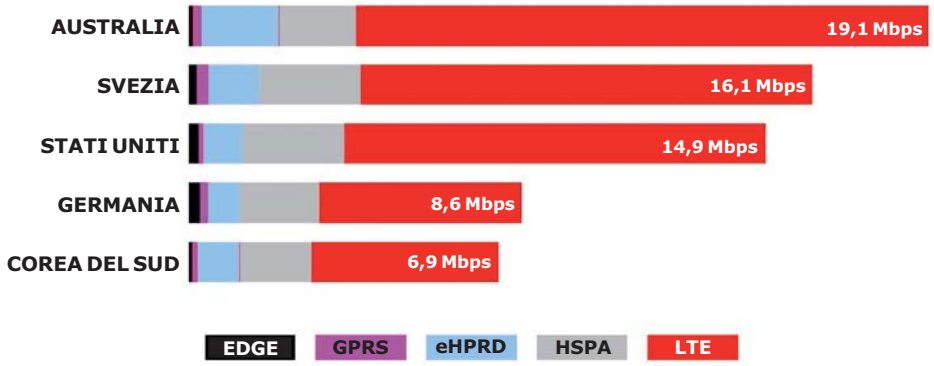
1.2.2. Le reti mobili a banda larga

Nell'ambito della telefonia mobile, continua la progressiva affermazione delle tecnologie di quarta generazione (4G) e, in particolare, dello standard Long Term Evolution (LTE), sia nel continente europeo che, più in generale, a livello mondiale.

La tecnologia LTE, che inizialmente individuava un semplice affinamento delle tecnologie di accesso radio di terza generazione (3G), è riconosciuta ufficialmente dall'ITU come facente parte della nuova generazione radiomobile, poiché "fornisce un sostanziale livello di miglioramento delle prestazioni e delle capacità rispetto ai sistemi iniziali di terza generazione" (cfr., ad esempio, il comunicato stampa dell'ITU del 6 dicembre 2010). Tra i vantaggi introdotti dall'LTE, vanno sicuramente segnalati l'efficienza spettrale (che aumenta fino a 16 bps per Hertz) e l'elevata flessibilità che l'adozione di tale tecnologia consente nella realizzazione delle relative infrastrutture (*heterogeneous deployment*).

Dal lato dell'offerta, ad oggi, secondo i dati della Global Mobile Suppliers Association, circa 300 operatori attivi in quasi 100 paesi utilizzano le tecnologie LTE, benché talvolta in forma sperimentale. Sulla base delle prime esperienze registrate a livello internazionale, è stimato un incremento di un fattore dieci della velocità di connessione disponibile (vedi Figura 1.11), sebbene i dati siano influenzati dalle singole specificità locali. Ad esempio, l'australian Telstra offre connessioni LTE a circa 20 Mbps (contro i 2 Mbps forniti dalla stessa mediante UMTS), mentre, negli Stati Uniti, Verizon garantisce agli utenti una capacità di banda pari a 11 Mbps sotto copertura 4G a fronte di circa 1 Mbps in 3G.

Figura 1.11. *Reti* broadband *in mobilità – Velocità delle connessioni*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Ookla e Rootmetrics

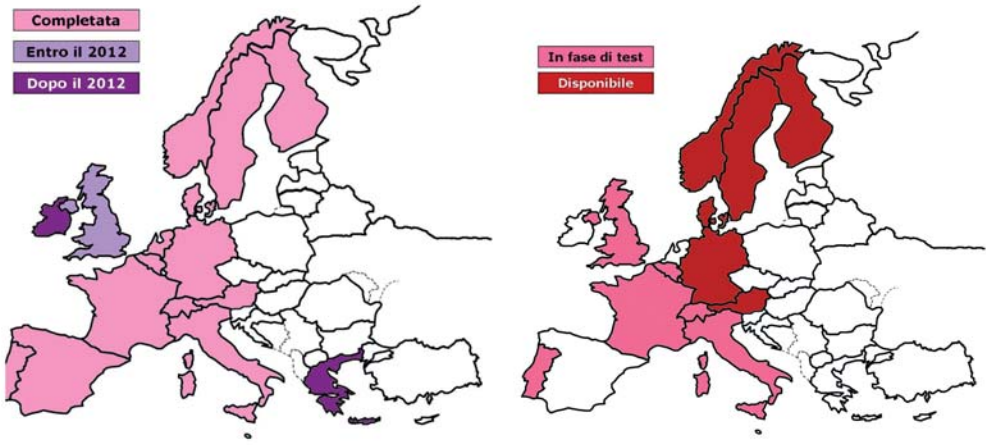
Dal lato della domanda, secondo uno studio della società di ricerca iSuppli, il numero di abbonati LTE a livello mondiale quadruplicherà nel 2012, ed è destinato a raggiungere il 10% dell'intera utenza cellulare nel 2015. Inoltre, la disponibilità di connessioni più veloci modifica i *pattern* di consumo degli utenti sotto copertura 4G: ad esempio, secondo ABI research, nel 2012 si assisterà a una crescita significativa dei servizi *unmanaged* di video-chiamata, quali FaceTime, Skype e Fring. La diffusione di tali servizi *bandwidth-hungry* sembra confermata anche da alcuni operatori mobili: in Svezia, gli utenti attestati alla rete 4G di TeliaSonera sono passati da un consumo medio mensile di 3 Gb a quasi 15 Gb.

All'interno di questo processo in cui il nuovo standard di comunicazione assume sempre maggiore diffusione, si può dunque individuare un elemento di discontinuità rispetto al 2010: infatti, mentre il precedente biennio era stato caratterizzato dall'in-

tensa attività regolamentare (volta ad organizzare e/o a svolgere le procedure di assegnazione delle frequenze), il periodo 2011-2012 si contraddistingue per un'intensa attività degli operatori mobili, finalizzata alla realizzazione di *field test* e alla successiva commercializzazione della nuova tecnologia. Va peraltro evidenziato che le attività delle ANR non sono limitate alle procedure di attribuzione delle bande per il *mobile broadband*, ma proseguono intensamente, ad esempio nelle operazioni volte all'individuazione di nuove forme di ottimizzazione spettrale.

Avuto specifico riguardo all'assegnazione delle frequenze, in Europa il processo appare ormai in fase di completamento: con riferimento alla banda a 2.600 MHz, i principali paesi europei hanno terminato nel 2011 tale fase, con le sole eccezioni della Grecia, del Regno Unito e dell'Irlanda (vedi Figura 1.12). Avuto riguardo, invece, alla successiva fase di commercializzazione dei servizi basati sulla tecnologia LTE agli utenti finali, si osserva come i paesi che per primi, ossia entro dicembre 2010, hanno concluso i processi di attribuzione di parte dello spettro, siano quelli in cui le imprese hanno predisposto le prime offerte *retail* basate sulla tecnologia LTE, mentre gli Stati che hanno licenziato alcune frequenze LTE nel 2011 vedono le imprese oggi impegnate nella fase di sperimentazione delle tecnologie 4G. Infatti, ad oggi, la commercializzazione risulta prevalente nei paesi del Nord Europa (Danimarca, Norvegia, Svezia, Finlandia, Germania, Austria), mentre il *roll-out* dell'LTE nei paesi rimanenti è ancora in fase di test. Tuttavia, va osservato come la prima fase di riorganizzazione dello spettro, benché necessaria, non sia sufficiente a incentivare gli operatori a rendere concretamente disponibile la telefonia mobile basata su LTE. Nei Paesi Bassi, l'asta per l'utilizzo della banda a 2.600 MHz è stata conclusa nella prima metà del 2010, ma non risultano attive ad oggi offerte commerciali dei principali operatori olandesi. Viceversa, in Svizzera la compagnia elvetica Swisscom, a pochi mesi dall'esito della gara di assegnazione delle frequenze (febbraio 2012), ha lanciato alcune "offerte pilota" LTE, nelle zone turistiche di Davos, Grindelwald, Gstaad, Leukerbad, Montana, Saas Fee e St. Moritz/Celerinanel.

Figura 1.12. *Reti* broadband *in mobilità – 2.600 MHz, assegnazione (sx) e commercializzazione (dx)*

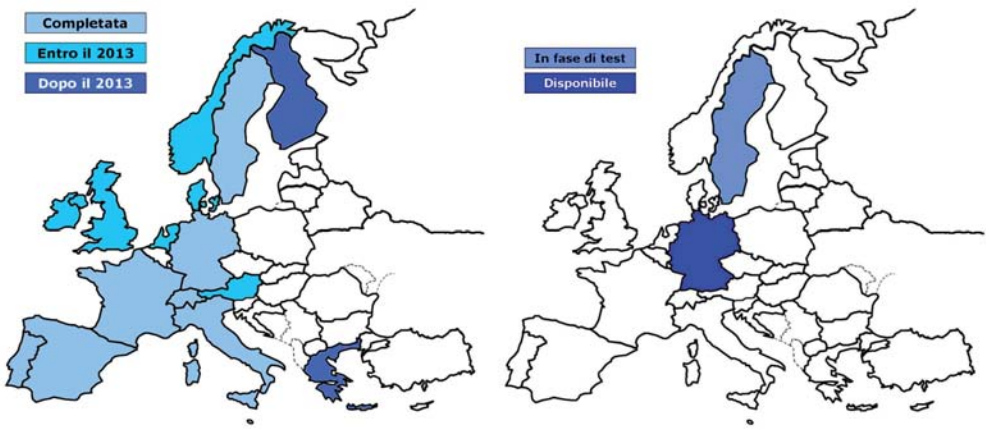


Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Cullen International e operatori

In linea con le esperienze internazionali, le imprese di telecomunicazioni italiane sono impegnate nella realizzazione delle reti LTE, attraverso le prime sperimentazioni. In particolare, i quattro operatori mobili aggiudicatari delle frequenze LTE hanno avviato dei progetti pilota per l'implementazione delle reti mobili a banda larga e la commercializzazione dei relativi servizi. Ad esempio TIM, nella città di Torino, ha mostrato le potenzialità del 4G, mettendo a disposizione connessioni in grado di arrivare a 90 Mbps in *download* e oltre 30 Mbps in *upload*, sebbene in condizioni dedicate. Anche l'operatore Vodafone ha scelto il capoluogo piemontese, e in particolare lo stadio torinese, per un *trial* LTE: il servizio è stato testato durante i principali eventi calcistici da gruppi selezionati di clienti, i quali hanno avuto la possibilità di accedere gratuitamente alla connessione super-veloce per verificarne sul campo le funzionalità. Wind, a sua volta, ha annunciato una collaborazione con Huawei, l'azienda produttrice di dispositivi ICT, per promuovere la distribuzione di soluzioni LTE TDD in sette diverse regioni. Infine, H3G ha dichiarato l'avvio dei test della tecnologia 4G in una decina di città capoluogo di provincia, con copertura iniziale sui 1,8 e 2,6 GHz.

Peraltro, un'analisi dello stato di avanzamento relativo alla costruzione delle reti LTE deve tenere conto altresì della banda di frequenze utilizzate: quanto sopra evidenziato relativamente alla banda a 2,6 GHz non è necessariamente valido per le altre bande disponibili per la tecnologia *Long Term Evolution*, ad esempio la banda 800 MHz. D'altronde, anche diverse ANR hanno sottolineato la specificità della banda a 800 MHz. Ad esempio, Ofcom nello scorso febbraio ha pubblicato il *report* "*LTE interference into domestic digital television system*", commissionato alla società di consulenza Cobham Technical Services, in cui è valutato il potenziale impatto interferenziale della tratta *uplink* dello standard LTE (se operante nella banda 832-862 MHz) con i ricevitori della televisione digitale terrestre (quando trasmessa su frequenze al di sotto dei 790 MHz), mentre Anacom ha previsto particolari obblighi di copertura delle zone rurali in *digital divide* per la banda a 800 MHz. Pertanto, sia il processo di assegnazione da parte delle ANR che le operazioni commerciali degli operatori risultano meno diffusi in Europa in tale banda (vedi Figura 1.13).

Figura 1.13. *Reti* broadband *in mobilità – 800 MHz, assegnazione (sx) e commercializzazione (dx)*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Cullen International e imprese

Nel contesto regolamentare, è da segnalare la recente approvazione del Parlamento europeo di una posizione comune riguardo al *Radio Spectrum Policy Programme* (RSPP). Nella *common position* è prevista, *inter alia*, la possibilità di deroga al processo di attribuzione della banda a 800 MHz entro il primo gennaio 2012, qualora vi siano eccezionali problemi di coordinamento trans-frontaliero sulla gestione delle frequenze.

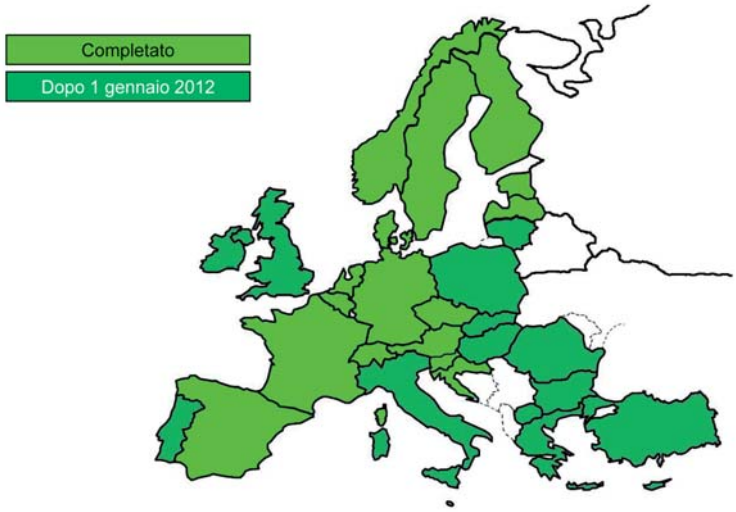
Più precisamente, a livello europeo prosegue l'opera di armonizzazione e valorizzazione dello spettro radio, il cui uso efficiente è ritenuto un obiettivo indispensabile per la crescita economica. D'altronde, nell'RSPP è esplicitamente indicata l'importanza di una revisione dell'utilizzo delle frequenze (*spectrum inventory*) al fine di individuare le migliori bande (comprese nell'intervallo 400÷6.000 MHz) per sostenere i servizi di connettività in mobilità, e l'autorità italiana è stata tra le prime a recepire tale indicazione, studiando il potenziale impatto positivo della sistematizzazione delle frequenze e dell'utilizzo delle tecnologie cognitive. L'Agcom ha infatti avviato diverse iniziative in materia, tra le quali si segnala l'analisi conoscitiva sull'attribuzione, l'assegnazione e l'utilizzo dello spettro radioelettrico, i cui lavori sono stati avviati all'inizio del corrente anno. In particolare, con la delibera n. 707/11/CONS, l'Autorità ha definito l'esecuzione di un progetto esecutivo di ricerca, da sviluppare in collaborazione con la Fondazione Ugo Bordoni, in materia di *spectrum inventory*. Il progetto è volto "alla formulazione di una metodologia per l'acquisizione di ulteriori informazioni circa l'effettivo uso delle frequenze a livello nazionale, con l'obiettivo di identificare le azioni idonee ad ampliare, ove necessario, il patrimonio conoscitivo in materia, tenuto conto delle fonti di informazione attualmente disponibili (ad esempio, nel Catasto nazionale delle frequenze)" (cfr. cap. 4.1.3.).

1.2.3. Le reti televisive

Il 2012 rappresenta l'anno dello spegnimento definitivo delle trasmissioni in tecnica analogica (*switch-off*) nella quasi totalità dei paesi che compongono l'Unione europea: difatti, nel corso degli ultimi dodici mesi, diversi paesi quali la Francia, la Slovenia, l'Austria e Cipro hanno completato il processo di migrazione verso il digitale e ai quali si aggiungeranno a breve l'Italia, il Regno Unito e il Portogallo.

Nel complesso, gli Stati europei che hanno completato il processo di transizione al digitale terrestre sono oltre 20, tra cui Andorra, Austria, Belgio, Cipro, Croazia, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Lettonia, Lussemburgo, Malta, Norvegia, Paesi Bassi, Slovenia, Spagna, Svizzera e Svezia. Nei paesi dell'Europa orientale, invece, il processo di spegnimento degli impianti operanti in tecnica digitale si concluderà nel corso della seconda metà del decennio (vedi Figura 1.14).

Figura 1.14. *Lo stato del processo di* switch-off *in Europa*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Cullen International

In particolare, l'analisi degli impianti di diffusione del segnale digitale terrestre per gli Stati europei con la maggiore penetrazione della televisione via etere, ossia Francia, Spagna, Regno Unito e Italia, rivela alla fine del 2011 tassi di copertura della popolazione prossimi al 100%.

La Francia, che ha completato il processo di *switch-off* il 29 novembre del 2011, presenta una percentuale di copertura del segnale televisivo digitale terrestre superiore al 97% della popolazione. Nel paese d'oltralpe la transizione è stata avviata nell'ottobre del 2009 con lo *switch-off* della regione *Nord Cotentin* ed è proseguita nei successivi due anni, coinvolgendo nel 2010 il 35% della popolazione e nel corso del 2011 la parte rimanente di popolazione. Il processo di migrazione al digitale è stato favorito in parte dall'arricchimento del servizio televisivo gratuito che comprende 19 canali *free-to-air* e che nei prossimi mesi vedrà l'offerta ampliata dai canali televisivi ad alta definizione per i quali il regolatore del mercato audiovisivo (*Conseil Supérieur de l'Audiovisuel*) ha indetto una gara di assegnazione delle licenze mediante *beauty contest*.

In Spagna, dopo il completamento nel 2010 del processo di digitalizzazione, si registra una copertura pressoché totale del segnale DTT (oltre il 98%) e un tasso di penetrazione superiore all'80%. Si rileva, peraltro, un aumento nella quota di ascolto dei canali gratuiti presenti nella programmazione del digitale terrestre (dal 18,5% al 24,6%), nonché nel numero di sottoscrittori di offerte *pay* (nel primo trimestre del 2011 si contano oltre 367 mila abbonati ad offerte *pay* DTT). È inoltre in fase di sperimentazione nella città di Barcellona lo *standard* DVB-T2 di seconda generazione che consentirà un guadagno in termini di efficienza spettrale, con l'irradiazione di un maggior numero di canali TV trasmessi a parità di banda, e di efficienza energetica, ossia una minore potenza trasmissiva delle antenne a parità di copertura.

Nel Regno Unito, in attesa del completamento dello *switch-off* calendarizzato per il 24 ottobre 2012 con lo spegnimento dei trasmettitori analogici nell'Irlanda del Nord, il 90% della popolazione riceve il segnale in tecnica digitale. Secondo i dati diffusi dalla società *no-profit Digital UK*, con il completamento, lo scorso 18 aprile, dello *switch-off*

nell'area londinese, 12 regioni su 15 hanno completato con successo la migrazione alla nuova tecnica di *broadcasting*. Il calendario dei lavori prevede nei prossimi mesi lo spegnimento dei trasmettitori nella regione del Kent (maggio-giugno), del North East (settembre) e, come già anticipato, dell'Irlanda del Nord, con lo *switch-off* nelle tre macroaree del Brougher Mountain, del Divis e del Limavady.

In Italia, il processo di digitalizzazione delle reti televisive ha seguito nell'ultimo anno una consistente accelerazione ed è in fase di completamento. Oggi, infatti, pressoché la totalità delle famiglie italiane è dotata di un decoder oppure di apparati televisivi integrati in grado di ricevere il segnale televisivo digitale terrestre: in particolare, si contano oltre 22 milioni di famiglie digitali, con un aumento negli ultimi due anni di oltre il 45%. Inoltre, con la decisione del tribunale amministrativo del Lazio che ha respinto il ricorso presentato da un'emittente locale in merito al mancato rispetto dei tempi previsti dal regolamento sull'assegnazione dei diritti d'uso, è stato confermato il calendario dei lavori annunciato dal Ministero dello sviluppo economico alla fine dello scorso anno (Tabella 1.9). Lo *switch-off* si concluderà, dunque, a luglio del corrente anno mediante lo spegnimento del segnale analogico nelle aree tecniche Abruzzo e Molise (7-18 maggio), Puglia e Basilicata (18 maggio-5 giugno), Calabria e Sicilia (4 giugno-4 luglio).

Pertanto, a partire dal prossimo 4 luglio, gli utenti sul territorio nazionale riceveranno il segnale televisivo esclusivamente in tecnica digitale. A tale risultato ha concorso, in modo sostanziale, l'attività dell'Autorità che negli ultimi anni, da un lato, ha svolto le attività di pianificazione dello spettro, individuando i criteri, le modalità e le procedure per l'assegnazione delle frequenze al fine di favorire un ordinato e razionale passaggio al digitale, in attuazione delle scadenze previste per lo spegnimento definitivo degli impianti trasmissivi in tecnica analogica (cd. *switch off*); dall'altro lato, ha partecipato ai lavori del Comitato Nazionale Italia Digitale e svolto attività di supporto al Ministero, ai fini della predisposizione del calendario per il passaggio definitivo alla trasmissione televisiva digitale terrestre, con indicazione delle aree territoriali interessate e delle rispettive scadenze.

Tabella 1.9. *Calendario dello* switch-off *degli impianti analogici*

Anno		Area
2008	II sem	Area 16 Sardegna
2009	I sem	Area 2 Valle d'Aosta
	II sem	Area 1 Piemonte occidentale
		Area 4 Trentino e Alto Adige (*inclusa la provincia di Belluno*)
		Area 12 Lazio
		Area 13 Campania
2010	I sem	Area 3 Piemonte Orientale e Lombardia (*inclusa la provincia di Piacenza*)
	II sem	Area 5 Emilia Romagna*
		Area 6 Veneto* (*incluse le province di Mantova e Pordenone*)
		Area 7 Friuli Venezia Giulia
2011	II sem	Area 8 Liguria (*esclusa la provincia di La Spezia*)
		Area 9 Toscana, Umbria (*incluse le province di La Spezia e Viterbo*)
		Area 10 Marche
2012	I sem	Area 11 Abruzzo e Molise (*inclusa la provincia di Foggia*)
		Area 14 Basilicata e Puglia (*incluse le province di Cosenza e Crotone*)
		Area 15 Calabria e Sicilia

*Gli *switch-off* delle aree 5 e 6 sono da considerarsi parte di un processo congiunto.
Fonte: Autorità

1.3. I servizi e le piattaforme

La disponibilità di strutture in termini di reti e risorse frequenziali (cfr. cap. 1.2) è strettamente correlata alla diffusione delle piattaforme e dei servizi digitali. Nell'economia digitale, infatti, l'innovazione crea nuova domanda e l'offerta di nuovi servizi digitali, così come di connessioni a banda larga e ultra larga, che operano quali fattori trainanti dello sviluppo del mercato tanto quanto la disponibilità ad acquistare servizi ICT da parte degli utenti[3]. Inoltre, vi è ampio riconoscimento del contributo che, a sua volta, la diffusione di reti e servizi di nuova generazione può apportare alla crescita del sistema economico nel suo complesso. Negli ultimi mesi, del resto, l'Autorità ha in diverse occasioni fatto riferimento alle stime di istituzioni internazionali che concordano sull'impatto positivo della diffusione di reti a banda larga e servizi digitali sul PIL[4]. In particolare, l'Agenda digitale promossa dalla Commissione europea – che mira a stimolare la crescita di un mercato digitale unico basato sulle piattaforme di internet veloce e superveloce, e sulle relative applicazioni, fra di loro interoperabili, al fine di ottenere vantaggi socio-economici per tutti i Paesi aderenti all'area dell'Unione europea – attribuisce un ruolo chiave alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nel promuovere l'utilizzo delle piattaforme, dei servizi e dei contenuti basati sull'impiego della tecnologia digitale, con il fine ultimo di raggiungere gli obiettivi di crescita che l'Europa si è prefissata per il 2020.

La digitalizzazione, difatti, rappresenta una nuova modalità di interscambio e relazione dell'organizzazione amministrativa, della vita pubblica e delle attività private. Nell'azione amministrativa, essa consente di correggere le inefficienze procedimentali e di sviluppare piattaforme innovative, strumentali alla crescita complessiva, alla produttività e competitività di un paese, favorendo una innovazione della pubblica amministrazione basata su di una rete trasparente, celere, semplice, interconnessa e interoperante, capace di ascolto nei confronti dei cittadini e delle imprese. Numerose sono poi le tematiche che incidono sul funzionamento sia del settore pubblico che privato.

In parallelo, le tendenze che investono attualmente il settore delle comunicazioni sotto il profilo dello sviluppo di piattaforme digitali integrate per la fruizione di contenuti audiovisivi, dei servizi di nuova generazione su rete mobile (come il *m-payment*) e delle applicazioni avanzate (M2M) per l'internet delle cose convergono verso un comune risultato, quello del continuo incremento dei volumi di traffico veicolato su reti IP. Le implicazioni regolamentari di questo fenomeno non si risolvono, peraltro, nell'esigenza di creare condizioni ottimali per gli investimenti nell'aumento della capacità di banda da parte degli operatori di rete, ma anche di tener conto delle dinamiche concorrenziali che possono influenzare lo sviluppo di servizi di comunicazioni elettroniche di nuova generazione. Gli esempi più evidenti nell'attuale fase di evoluzione dei mercati riguardano il *cloud computing* e i servizi di "*big data*", il cui sviluppo è indotto

3 Il rispettivo apporto delle politiche di stimolo dell'offerta e della domanda è, peraltro, ancora un punto di discussione. Lo dimostrano, da ultimo, alcune iniziative promosse in ambito europeo congiuntamente dall'OCSE e dalle strutture di ricerca dell'Unione europea, come l'indizione della *Final ICTNET Conference on the Economic Impact of ICT: Policy Drivers and Economic Evidence* (OECD, Paris, 25-26 June 2012)

4 Si veda, ad esempio, la Segnalazione al Governo e al Parlamento "*Un'agenda digitale per l'Italia*", l'Audizione del Presidente dell'Autorità in relazione alla tematica delle "*Prospettive in Italia delle reti NGN*", la Presentazione al Bilancio di mandato 2005-2012.

dall'esplosione di dati, personali e commerciali, messi a disposizione degli utenti sulle reti di comunicazioni elettroniche. Il connubio tra la disponibilità di grandi quantità di dati e di tecnologie che consentono di processarli in maniera strutturata o de-strutturata rappresenta, infatti, il principale fattore di innovazione nei mercati legati alla gestione di metadati. Un altro settore in forte espansione, sia in termini di utenti che di fatturato, è rappresentato dal *gaming* e dal *betting online*. Anche in questi mercati, tuttavia, sono presenti le *internet company over-the-top* che attraverso i servizi c.d. "*big data*" utilizzano le informazioni immesse sulle reti di comunicazioni elettroniche per la fornitura di motori di ricerca avanzati, traduzione automatizzata, *image recognition*, servizi che – a loro volta – assicurano l'acquisizione di informazioni utilizzate per la valorizzazione degli spazi pubblicitari o del prezzo delle inserzioni (per esempio, i sistemi 'CheckOut' di Google o 'Facebook Credits'). Nel siffatto quadro, quindi, la capacità delle tradizionali imprese del comparto *tlc* di competere con le *internet company* che si affacciano anche in questi nuovi mercati di piattaforme e servizi sarà determinante al fine di favorire un nuovo equilibrio nella distribuzione del valore all'interno dell'ecosistema digitale.

In tale contesto, nel corso dell'ultimo anno, alcuni dei temi – nel campo dei servizi e de digitali – che hanno visto una crescente attenzione da parte dei *policy maker*, a livello internazionale, sono rappresentati dal *cloud computing* e dalla espansione delle *content delivery network*, nonché dall'affermazione dei sistemi di pagamento *on-line*, in particolare il *mobile-payment*, e in prospettiva la diffusione dell'internet delle cose. Tratto comune della riflessione condotta a livello pubblico su queste materie è dato dall'opportunità di favorire l'innovazione tecnologica e l'evoluzione del mercato, accompagnando con politiche pubbliche, laddove necessarie, i progressi che continuamente connotano l'ecosistema digitale.

Il *cloud computing*, la cosiddetta "nuvola informatica", è considerato un fattore essenziale per l'incremento di occupazione e produttività, nonché un potenziale strumento di efficienza per ogni settore produttivo: il *cloud* permette il controllo della spesa delle amministrazioni pubbliche e di imprese private poiché riduce la necessità di investimenti IT da parte delle singole imprese e amministrazioni. Infatti, esso si fonda sulla condivisione delle risorse *hardware* e *software* che risiedono in *data-center* capaci di erogare *on-demand* servizi di accesso a risorse applicative (*Software as a Service*, SaaS), a piattaforme, strumenti e prodotti necessari allo sviluppo di servizi (*Platform as a Service*, PaaS) e a risorse di elaborazione, memoria e comunicazione (*Infrastructure as a Service*, IaaS). Pertanto, il *cloud è* ritenuto idoneo a consentire risparmi e guadagni di efficienza nella gestione delle risorse informatiche strumentali al funzionamento delle aziende e delle pubbliche amministrazioni, benché talune criticità sono individuabili nella tutela dei dati personali, nelle garanzie concernenti la sicurezza, l'integrità e il controllo dei dati, così come – sotto un profilo concorrenziale – nella interoperabilità delle diverse piattaforme gestite da fornitori concorrenti (cfr. Box 2, cap. 1 della Relazione annuale 2011).

A conferma della crescente rilevanza che tale servizio è destinato ad assumere e della relativa attenzione posta dal *policy maker*, la Commissione europea ha condotto una consultazione pubblica *cloud computing*, le cui risultanze sono state pubblicate nel dicembre del 2011, e durante la quale sono emersi diversi elementi ritenuti meritevoli di approfondimento: in primo luogo, è avvertita l'esigenza di regole uniformi con riguardo all'adozione di modelli contrattuali – come gli SLA (*Service Level Agreements*) o EUA (*End User Agreements*) – attraverso i quali condizioni e termini essenziali dell'accordo commerciale potrebbero essere più facilmente inglobati nelle singole tran-

sazioni. È opinione condivisa tra gli *stakeholder*, difatti, che vi sia necessità di individuare, a livello europeo, modelli contrattuali per SLA e EUA improntati alla semplicità e chiarezza, soprattutto in termini di diritti e responsabilità reciproche, nonché a tutela dei dati trattati (l'autorità italiana per protezione dei dati personali, a tal proposito, ha adottato una risoluzione di carattere generale, reperibile in *Gazzetta Ufficiale* n. 153, 4 luglio 2011). Peraltro, diversi soggetti ravvisano l'opportunità di disporre di accordi internazionali atti a regolare la responsabilità dei *provider* che operano al di fuori del proprio paese[5].

Nell'ambito delle piattaforme e dei servizi digitali, altro tema che ha concentrato l'attenzione dei lavori nell'ultimo anno, come dianzi detto, è consistito nella promozione dell'*e-commerce*, attraverso il consolidamento di rapporti economici basati sulla fiducia e la realizzazione di pagamenti elettronici sicuri, convenienti e affidabili. Un incremento del commercio elettronico produrrà benefici tangibili per i cittadini-utenti, in termini di prezzi contenuti e di maggior scelta e qualità di prodotti e servizi, grazie alla possibilità di moltiplicazione degli scambi e a un più agevole confronto delle offerte. In tale prospettiva, la disponibilità e l'utilizzo di sistemi di pagamento *online* affidabili e sicuri è un presupposto fondamentale affinché imprese e consumatori possano trarre concreti benefici dai servizi di *e-commerce*. In tal senso, desta particolare interesse lo sviluppo di servizi innovativi di *mobile payment* (cfr. Focus 2).

Focus 2 - Il mobile payment

Nel settore dei servizi e delle piattaforme si va affermando a livello mondiale il cosiddetto *mobile payment*. Benché il fenomeno in questione non sia riconducibile ad un'unica definizione, si possono tuttavia individuare due elementi caratterizzanti tale classe di servizi: il denaro contante è sostituito dalla moneta elettronica e le transazioni hanno luogo mediante un dispositivo mobile.

In particolare, il *mobile payment* è oggetto di diverse classificazioni. Una prima dimensione rilevante riguarda la "distanza" tra il punto di vendita (*point of sale*, POS) e il dispositivo mobile con il quale viene perfezionato l'acquisto. Da ciò discende l'articolazione in *Mobile Remote Payment* (MRP), in cui rientrano *inter alia* gli acquisti di beni su internet tramite *smartphone* o di servizi tramite *sms premium*, e *Mobile Proximity Payment* (MPP), in cui il cellulare è immediatamente collegato con il POS, eventualmente in modalità *contactless* (*Radio Frequency IDentification, Near Field Communications*).

Al fianco dell'MRP e dell'MPP, alcuni osservatori propongono due ulteriori categorie: il *Mobile Commerce* (MC) e il *Mobile Money Transfer* (MMT). Con il termine *m-commerce* si intende il completo processo di acquisto effettuato tramite cellulare (selezione del prodotto, confronto dei prezzi, ecc.), come avviene, ad esempio, nel caso dell'acquisto di un'applicazione per *smartphone* tramite l'apposito *store*. Di contro, il *Mobile Money Transfer* registra esclusivamente i passaggi di denaro da un terminale ad un altro (tipicamente tramite tecnologie radio).

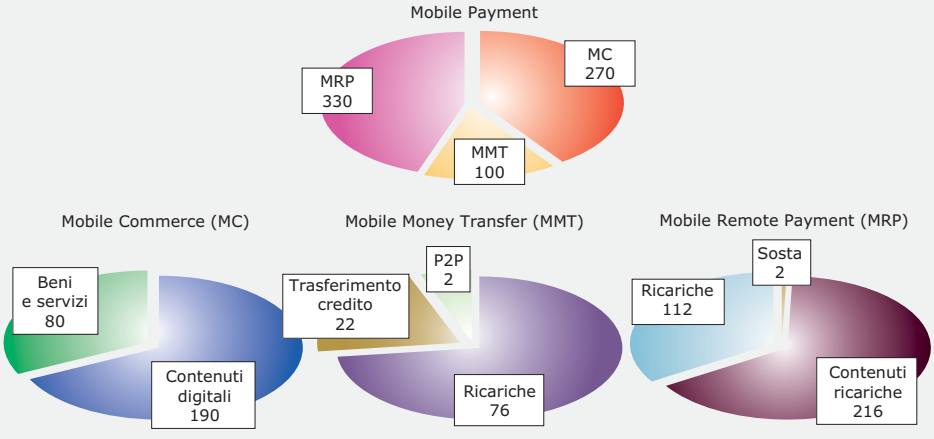
5 La Commissione favorisce altresì l'adozione di modelli di risoluzione alternativa delle controversie (ADR) e di risoluzione delle controversie *online* (ODR): la Risoluzione alternativa delle controversie per i consumatori nel mercato unico è contenuta in una Comunicazione della Commissione del 29 novembre 2011, e prevede l'istituzione di un quadro regolamentare semplice, rapido e poco costoso, atto a risolvere le controversie tra un consumatore e un commerciante derivante dalla vendita di beni o la prestazione di servizi (*online*, *offline*, transfrontaliera o nazionale) nel mercato unico.

Dal lato dell'offerta, a livello mondiale il *m-payment* annovera diversi esempi di successo. Negli Stati Uniti vi è il caso di *Fandango Movies*: l'applicazione, scaricata da oltre 20 milioni di utenti, consente l'acquisto di biglietti per il cinema. Sempre in USA, la catena Starbucks permette ai suoi clienti di anticipare l'ordinazione dal cellulare mentre si è in coda per essere serviti. In Francia, tramite un'*app* di SNCF (ossia le ferrovie francesi), si possono acquistare i biglietti per il treno, e i 3 milioni di utilizzatori del servizio rappresentano ormai il 3% dei biglietti venduti. Sempre in Francia, è attivo un servizio di *mobile commerce* anche nel trasporto pubblico: Cityzi ha realizzato, grazie alla sinergia tra i principali *player* del settore delle telecomunicazioni (Orange, SFR, Bouygues Télécom e NRJ Mobile) e gli istituti bancari (Crédit Mutuel e BNP Paribas), una piattaforma per il pagamento del biglietto tramite cellulare (purché dotato di apposito *chip*). Una cooperazione tra diversi *player* (banche, operatori, distributori) consente, nel Regno Unito, ai clienti Barclaycard e Orange di trasferire denaro dalla propria carta di credito o dal conto telefonico nell'applicazione QuickTap, utilizzandola poi per eseguire i pagamenti negli esercizi convenzionati (Prét à Manger, Eat, Subway e McDonald's).

In parallelo, dal lato della domanda, si assiste a un rapidissimo sviluppo del numero di utilizzatori del *mobile payment*, favorito dall'elevato tasso di penetrazione dei cellulari in generale e dal rapido proliferare, in particolare, degli *smartphone*: secondo la società di ricerche Gartner, nel 2010, in Europa occidentale i fruitori dei servizi di pagamento mobile erano 7,1 milioni. A livello mondiale, il valore complessivo dei pagamenti attraverso dispositivi mobili è stimato in aumento, dai circa 200 miliardi di euro del 2011 agli oltre 700 previsti nel 2015, con circa 3 miliardi di euro riferiti al mercato italiano.

Nello scenario italiano, il *mobile payment* presenta aspetti ambivalenti: da un lato, la penetrazione di *smartphone* e dei servizi a banda larga mobile è particolarmente accentuata (di circa 9 punti percentuali oltre la media europea); dall'altro lato, gli italiani mostrano tradizionalmente una bassa propensione nell'utilizzare forme di pagamento diverse dal contante (25 transazioni con moneta elettronica all'anno pro capite, a fronte di una media europea di 63). In questo contesto, l'Osservatorio NFC di Milano ha quantificato l'impatto del *mobile payment* nel 2011, utilizzando la quadripartizione precedentemente proposta. Considerati praticamente nulli i ricavi da MPP, dato lo scarso sviluppo dell'NFC, i tre segmenti MRP, MMT e MC producono un fatturato di circa 700 milioni di euro (vedi Figura 1.15).

Figura 1.15. *Il* mobile payment *in Italia (2011, milioni di euro)*



Fonte: Osservatorio NFC

Nel gennaio di quest'anno è intervenuta sul tema la Commissione europea, che ha avviato una consultazione pubblica sul Libro Verde *Verso un mercato europeo integrato dei pagamenti tramite carte, internet e telefono*. All'interno del documento, ampio spazio è dedicato ai *mobile-payment* e *internet-payment*, giudicati, in maniera prospettica, estremamente rilevanti in ragione del sempre crescente numero di transazioni concluse via *smartphone* e internet. Al contempo, la Commissione sottolinea: "i pagamenti su internet e per mezzo di dispositivi mobili rappresentano ancora ambiti d'intervento relativamente nuovi a livello europeo" e con "un'ampia gamma di aree d'intervento che rivestono un potenziale interesse".

Le principali questioni individuate dalla Commissione come meritevoli di approfondimento – sia con riferimento al complesso dei sistemi di pagamento elettronico che in particolare alle transazioni via rete mobile – riguardano: l'accesso al mercato e l'entrata dei fornitori di servizi nuovi ed esistenti; la sicurezza dei pagamenti e la protezione dei dati; la trasparenza e l'efficacia della determinazione dei prezzi per i servizi di pagamento; la normalizzazione tecnica; l'interoperabilità tra i fornitori di servizi.

Dal punto di vista normativo, tali tematiche si inseriscono in quella più generale dei pagamenti alternativi al contante. Al riguardo, la direttiva 2007/64/CE sui servizi di pagamento (*Payment Service Directive*, PSD) è stata recepita in Italia con il D.lgs. n. 11/2010, cui sono seguiti due provvedimenti attuativi della Banca d'Italia, circa la disposizione di vigilanza per gli istituti di pagamento e i diritti e obblighi delle parti, mentre la direttiva 2009/110/CE sulla Moneta Elettronica (*E-money Directive*, EMD) è in corso di recepimento nell'ordinamento nazionale. Le direttive perseguono principalmente finalità di armonizzazione a livello europeo, al fine di garantire regole comuni in materia di pagamenti elettronici. La PSD permette inoltre che, oltre le banche, nuovi istituti di pagamento (società che effettuano servizi di trasferimento di denaro, negozianti e operatori telefonici) forniscano servizi di pagamento. Infatti, la PSD si applica a tutti i tipi di pagamenti elettronici e alle operazioni di pagamento non effettuate in contante, quali, *inter alia*, i bonifici, gli addebiti diretti, i pagamenti con carta (compresi i pagamenti con carta di credito), le rimesse di denaro, i pagamenti *online* e/o effettuati attraverso telefoni cellulari. Sempre in tale direttiva, è stata individuata la Banca centrale quale istituzione competente in materia di tenuta del registro pubblico degli istituti di pagamento autorizzati (art. 13), di autorizzazione e vigilanza degli istituti di pagamento (art. 20), di reclami (art. 80) e di ricorso extragiudiziale (art. 83).

Allo stesso tempo, la diffusione del *mobile payment* presenta risvolti specifici nel campo dell'ecosistema digitale. Infatti, le transazioni elettroniche presuppongono l'interazione di più soggetti: il *mobile network provider* (che fornisce le funzionalità di comunicazione e la connettività agli utenti), il *service provider* (che fornisce i beni e servizi agli utenti finali) e il *trusted service manager* (che gestisce le piattaforme e le relative funzionalità necessarie alla conclusione della transazione tra l'impresa e l'utente finale). In tal senso, come visto in precedenza, crescono gli accordi tra operatori di rete, imprese del settore creditizio e *retailer*, configurando dunque il *mobile payment* come un'ulteriore variabile strategica utilizzata dagli operatori di telecomunicazione nel contesto concorrenziale.

In tale scenario, il regolatore è chiamato a svolgere un'azione di monitoraggio inerente a temi quali: i) la trasparenza informativa e, in generale, la definizione degli strumenti a tutela del consumatore (ad esempio le Carte dei servizi, etc.); ii) le questioni di natura concorrenziale e tecnologica, analizzate in un'ottica attuale e prospettica (ad esempio, nella disciplina dei servizi a sovrapprezzo forniti attraverso reti di comunicazione elettronica, accessibili al pubblico, anche mediante l'uso di specifiche numerazioni, definite nel piano nazionale di numerazione); iii) le possibili implicazioni delle dinamiche emergenti in materia di *traffic management*; iv) l'interoperabilità tra i diver-

si dispositivi, al fine di favorire i processi di armonizzazione, v) la sicurezza delle reti e delle tecnologie e l'integrità dei dati personali (per garantire transazioni sicure e per favorire la diffusione di standard aperti).

In definitiva, il settore del *mobile payment* si presenta estremamente variegato, con elevate potenzialità di crescita, e con numerosi attori coinvolti (siano essi operatori telefonici, fornitori di servizi, *policy maker*), e si inscrive dunque nelle nuove forme di competizione "Telco vs OTT" registrate nell'ecosistema digitale. Infatti, ognuno degli elementi della catena del valore offre ormai un proprio sistema di *mobile payment*, che necessariamente interagisce, in maniera collaborativa o competitiva, con gli altri organismi dell'ecosistema digitale.

Infine, un tema che richiama un crescente interesse del *policy maker* è dato dall'internet delle cose (*internet of things*). Il tema in questione, oggetto di monitoraggio a livello pubblico, investe profili di natura tecnologica, economica e sociale che nel medio periodo potrebbero assumere rilevanza dal punto di visto del *policy maker*, come sottolineato nella consultazione pubblica della Commissione europea conclusa lo scorso dicembre (cfr. Focus 3).

Focus 3 - Internet delle cose

L'*Internet delle cose* (*Internet of Things* o *IoT*) è una espressione con la quale si indica un prossimo futuro nel quale oggetti di uso quotidiano interagiranno con l'ambiente fisico, e saranno collegati permanentemente alla rete e tra di loro, al fine di produrre nuovi servizi rivolti, in linea generale, a un miglioramento complessivo della qualità della vita.

A mero scopo esemplificativo, si richiamano le applicazioni intese a consentire la gestione da remoto delle risorse disponibili in un'abitazione (cd. *home asset management*), sia con riferimento ai dispositivi di controllo e funzionamento (quali gli impianti elettrici, di riscaldamento e di video-sorveglianza, nonché gli elettrodomestici) che multimediali (quali televisione, computer, lettori di dvd e *console* elettroniche per giochi); altre applicazioni sono rappresentate dai sistemi e dalle nuove tecnologie a supporto dei servizi di trasporto, *in primis* il settore automobilistico. Più in generale, i campi di applicazione dell'internet delle cose sono numerosi, spaziando dal controllo ambientale alla domotica, dall'industria dell'automobile alle città intelligenti (*smart cities*), dalla telemedicina al consumo sostenibile, dalla sicurezza alla logistica (cfr. par. 1.5).

La crescente diffusione di oggetti e apparecchi connessi alla rete – che si prevede, entro il decennio in corso, sarà dell'ordine delle decine di miliardi per quanto riguarda la quantità di dispositivi intelligenti immessi sul mercato – si rifletterà nel funzionamento delle reti di comunicazione elettronica, dettando un incremento della domanda di banda[6]. L'internet delle cose rappresenterà, dunque, un ulteriore fattore a supporto della necessità di migliorare le attuali infrastrutture di accesso, rafforzando l'esigenza di disporre di reti a banda larga e ultra larga. In particolare, centrale sarà l'ampliamento di banda conseguito attraverso la realizzazione di nuove piattaforme integrate e reti

6 Come ha indicato lo stesso Presidente Calabrò in occasione della presentazione del Bilancio di mandato 2005-2012 "L'internet delle cose segnerà un ulteriore salto di qualità nel consumo di byte".

wireless di nuova generazione, da cui dipende l'effettiva fruibilità dei principali servizi e delle applicazioni che formano il paniere tecnologico di internet delle cose: dai servizi di *geolocation* per il settore automobilistico e la sicurezza domestica, all'oggettistica automatizzata che utilizza comunicazioni M2M (*Machine-to-Machine*).

Pertanto, l'internet delle cose e la sua evoluzione sono destinati a influenzare la vita quotidiana delle persone, in quanto tali dispositivi elaboreranno numerosi dati sensibili attinenti, tra l'altro, ai modelli comportamentali degli utenti, alle loro preferenze e ubicazione. Quest'ultima, in particolare, determinerà una significativa espansione del dominio di informazioni raccolte in rete, in ragione dell'ampliamento dei servizi legati alla geo-localizzazione dell'utente, già oggi disponibili e in fase di ulteriore sviluppo.

L'internet delle cose, inoltre, investe questioni di carattere economico e tecnico. In ordine ai profili commerciali, la diffusione dell'internet delle cose interessa molteplici tecnologie e settori, recando opportunità di sviluppo nell'ICT, sia nel campo dei servizi che delle attività manifatturiere. Gli operatori del settore – le imprese di telecomunicazione, i fornitori di contenuti, applicazioni e servizi, ivi inclusi i servizi media audiovisivi, nonché le grandi *internet company* e le imprese manifatturiere – avranno la possibilità di ampliare il perimetro delle proprie attività e di ricercare nuove fonti di ricavo. Sotto il profilo tecnico, diversi esperti sottolineano il legame tra l'affermazione dell'internet delle cose e la nuova versione del protocollo internet (*IPv6*), che offre un sostanziale aumento nella disponibilità degli indirizzi IP, necessari a supportare l'elevato numero di dispositivi che saranno connessi in rete. Altri studiosi si soffermano sul ruolo giocato da alcune tecnologie, quali ad esempio le tecnologie *RFID* (*Radio-frequency identification*), le *Near Field Communications* (cfr. box 3 della Relazione annuale 2011) e, ancora, quelle sottostanti i servizi di *mobile payment* (cfr. supra Focus 2) oppure la tecnologia ZigBee, basata sullo standard IEEE 802.15.4, e strumentale per la creazione di *Wireless Personal Area Networks* (*WPAN*). Altri aspetti rilevanti ai fini della realizzazione dell'internet delle cose sono connessi agli sviluppi nei settori della microelettronica, della sensoristica e dei sistemi incorporati (*embedded computing*).

L'internet delle cose prefigura, quindi, profonde trasformazioni nell'ecosistema digitale e produce nuove opportunità sia dal lato dell'offerta che della domanda di servizi e apparati digitali, sulle quali lavora – con finalità di studio – l'Autorità, per mezzo del programma di ricerca Servizi e contenuti per le reti di nuova generazione (cfr. cap. 4.1.3.).

In questo quadro, l'interoperabilità dei servizi e delle reti, la diffusione di standard tecnologici condivisi, la trasparenza delle informazioni relative alle modalità di accesso rappresentano alcuni dei temi oggetto di attenzione a livello internazionale. Alla luce di questi sviluppi, la Commissione europea, facendo seguito alla Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni *L'internet degli oggetti: un piano d'azione per l'Europa* del giugno 2009 (COM/2009/0278), nel 2012 ha manifestato l'intenzione di elaborare un quadro normativo che permetta di sfruttare le potenzialità dell'*IoT* in termini di benefici economici e sociali, garantendo nel contempo un livello adeguato di controllo dei dispositivi che trattano le informazioni. Tale quadro interverrà sul rispetto della vita privata, la sicurezza delle persone e delle cose, la sicurezza delle infrastrutture che supportano tali servizi, le questioni etiche, l'interoperabilità, la *governance* e gli standard tecnici di interoperabilità.

In particolare, la Commissione europea, nel Piano d'azione pubblicato nel 2009, ha sottolineato, da un lato, come i progressi tecnici nell'ecosistema digitale abbiano luogo a prescindere dall'intervento pubblico, seguendo semplicemente il normale ciclo dell'in-

novazione, in cui l'industria fa proprie le nuove tecnologie sviluppate dalla comunità scientifica; dall'altro lato, prosegue la Commissione, non appare "ragionevole, dati i profondi mutamenti a livello sociale che l'internet degli oggetti comporterà" demandare "interamente lo sviluppo dell'internet degli oggetti al settore privato, o ad altre regioni del mondo". In linea con questo approccio, il 12 aprile 2012, la Commissione ha avviato una consultazione "sulle regole per i dispositivi intelligenti connessi – l'internet delle cose", che muove dal fatto che "presupposto della realizzazione delle potenzialità enormi che l'IoT offre sul piano economico e sociale è quella parità di condizioni che permetterà a tutti di competere ad armi pari, senza custodi né custoditi. Perché l'IoT sia accettato dalla società è necessario definire un quadro etico e giuridico, supportato dalla tecnologia necessaria, che offra ai cittadini controllo e sicurezza" (Commissione europea, comunicato stampa del 12 aprile 2012: "Agenda digitale: la Commissione lancia una consultazione sulle regole per i dispositivi intelligenti connessi – l'*internet delle cose*"). Inoltre – prosegue la Commissione europea – "[p]otenziare l'IoT è una delle priorità dell'Agenda digitale europea".

I risultati emersi dalla consultazione, che si concluderà nel mese di luglio, confluiranno nella raccomandazione sull'internet delle cose che la Commissione presenterà entro l'estate 2013 e in cui saranno fornite indicazioni di carattere regolatorio, destinati a toccare numerosi punti richiamati nell'agenda digitale: interoperabilità, sicurezza, tutela dei dati, *governance* di sistema.

1.4. I contenuti

La rilevanza strategica dei contenuti diffusi sulle molteplici piattaforme appare da tempo sottolineata, e ribadita dall'Agenda digitale europea: l'avvento della tecnologia digitale e di internet ha inciso sulle modalità di produzione dei contenuti, sulla relativa commercializzazione ed erogazione finale, arricchendo la qualità dell'offerta e la modalità di fruizione dei contenuti. Le tradizionali piattaforme (terrestre, via cavo e via satellite) si pongono accanto nuovi mezzi trasmissivi, accomunati dalla convergenza digitale delle tecnologie impiegate: l'utente è ormai in condizione di consultare i contenuti veicolati con una pluralità di dispositivi, in qualsiasi momento e a prescindere dalla sua collocazione geografica.

La libera circolazione dei servizi di media audiovisivi si configura, quindi, come uno strumento che riflette il diritto alla libertà di espressione e d'informazione e, parimenti, in grado di garantire il raggiungimento di importanti obiettivi sociali e strategici. La rivoluzione tecnica, che ha inizialmente stimolato gli investimenti e l'attitudine all'innovazione delle imprese, ha difatti inciso sulle abitudini dei consumatori, creando un ambiente virtuale in grado di ridurre le divaricazioni sociali nella misura in cui consente l'accesso a un numero indefinito di cittadini-utenti agli strumenti di conoscenza e alle fonti di informazione.

La domanda di contenuti e servizi, a sua volta, ha orientato le strategie aziendali dei diversi attori coinvolti nella catena del valore: in altri termini, si assiste a una moltiplicazione dei soggetti operanti nel sistema digitale, intesi quali operatori di rete, fornitori di servizi, produttori e titolari di diritti, ai quali si affianca, in chiave competitiva, la figura dell'aggregatore dei contenuti. Viene quindi messa in discussione la figura dell'operatore verticalmente integrato, in favore di una configurazione del mercato caratterizzata da una filiera produttiva in cui operano una molteplicità di attori, tra cui, non ultimo, lo stesso consumatore, che diviene, allo stesso tempo, fruitore e produttore di contenuti. Il panorama si caratterizza, difatti, per lo sviluppo esponenziale dei siti di *social network* e *social media*, basati sulla creazione e caricamento di contenuti creati dagli utenti finali, nonché per la rapida diffusione di piattaforme di *cloud computing*.

Sicché, l'investimento nell'industria dell'economia digitale appare unanimemente considerato quale fattore abilitante la crescita economica del sistema Paese, poiché lo stimolo all'innovazione crea posti di lavoro, generando un circuito benefico che unisce produzione di nuovo reddito e crescita democratica del Paese. Sul punto, l'Autorità, nel gennaio 2012, ha inviato una segnalazione al Governo e al Parlamento nella quale ha proposto l'adozione di un'Agenda digitale per l'Italia in grado di governare la modernizzazione del Paese per mezzo della costruzione di reti di nuova generazione e la diffusione dei servizi digitali, da sostenere con azioni che vertono sia sul lato dell'offerta che della domanda.

Le molteplici opportunità, in termini di esercizio dei diritti, nonché di crescita economica complessiva, legate allo sviluppo delle tecnologie digitali e alla integrazione e moltiplicazione dei contenuti fruibili, determinano la necessità di favorire lo sviluppo dei mercati digitali, individuando altresì regole comuni adattabili ai diversi mezzi di comunicazione.

Un esempio concreto che deriva dalla interazione fra convergenza delle tecniche, sviluppo sociale e crescita economica si intravede, da ultimo, nell'avvento della televi-

sione "connessa o ibrida", che integra elementi di internet e *web* 2.0 nei più recenti apparati televisivi, segnando una nuova tappa della convergenza di internet e televisione. Oltre alla radiodiffusione televisiva tradizionale, i dispositivi connessi, che comprendono *tablet*, *smartphone* e *console*, forniscono anch'essi accesso a servizi di video su richiesta ai consumatori, mediante applicazioni e servizi di programmazione TV[7]. Nel Regno Unito, Ed Richards di Ofcom, nel gennaio 2012, ha sottolineato come i servizi offerti da tali dispositivi ibridi potrebbero essere regolamentati tramite un approccio globale, comune ai vari media digitali, attraverso l'individuazione di un "nocciolo duro" di principi e di obiettivi rinvenibile nei diversi contesti normativi. Il Consiglio Superiore dell'Audiovisivo francese – dopo l'avvio e la conclusione di una consultazione pubblica di iniziativa governativa – ha istituito un gruppo di lavoro (composto dai vari rappresentanti delle autorità pubbliche, *stakeholder* e associazioni di categoria) incaricato di formulare alcune raccomandazioni relative a cinque aree specifiche: finanziamenti, protezione del pubblico, nuovi formati pubblicitari, sfide tecnologiche, e le questioni economiche e concorrenziali. Infine, la Commissione europea nella relazione sull'applicazione della direttiva servizi di media audiovisivi ha manifestato la volontà di organizzare una consultazione pubblica sulla TV connessa nella seconda metà del 2012.

In siffatto contesto, l'azione dell'Autorità a difesa del diritto di fruire dei contenuti diffusi sulle reti tradizionali e sulle nuove piattaforme tecnologiche è proseguita nel corso degli ultimi dodici mesi, in stretta continuità con le attività già intraprese negli anni precedenti.

Particolarmente vivace è stato il dibattito relativo al rapporto tra il principio della *net neutrality* e le pratiche di *traffic management*: ossia fra la necessità che qualsiasi forma di comunicazione elettronica sia veicolata a prescindere dall'impiego di forme di gestione del traffico della rete adottate dagli operatori. Appare chiaro come il trattamento del segnale digitale sia strettamente connesso con la garanzia di accesso a internet e ai suoi contenuti, e che quindi sia in grado di incidere sui rapporti fra gli operatori coinvolti nella catena del valore, nonché sul diritto all'informazione in rete da parte del cittadino utente. Sul punto, l'Autorità ha pubblicato nel dicembre del 2011, con la delibera n. 714/11/CONS, le sintesi della consultazione "La neutralità della rete: pubblicazione delle risultanze della consultazione pubblica di cui alla delibera n. 40/11/CONS" (cfr. cap. 1.5).

Il tema della tutela dei contenuti digitali appare strettamente legato anche alla complessa problematica relativa alla regolamentazione sul diritto d'autore. Sul punto, nel luglio del 2011 la Commissione europea ha pubblicato il "Libro Verde sulla distribuzione *on-line* di opere audiovisive nell'Unione europea – Verso un mercato unico digitale: opportunità e sfide". Il documento analizza l'effetto degli sviluppi tecnologici sulla distribuzione e sull'accesso alle opere audiovisive e cinematografiche, nell'intento di avviare un dibattito sulle opzioni politiche disponibili per sviluppare un contesto dove l'industria e i consumatori europei possano avvantaggiarsi delle economie di scala offerte dal mercato unico digitale. Il documento, partendo dalla constatazione di un'offerta sempre più diversificata, si concentra sulla gestione dei diritti per la distribuzione *on-line* dei servizi media audiovisivi, trattando altresì la questione relativa alla

7 Cfr. Commissione europea, Prima relazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni sull'applicazione della direttiva 2010/13/UE "Direttiva sui servizi di media audiovisivi", presentata nel maggio 2012.

remunerazione dei titolari di diritti audiovisivi per l'utilizzo *on-line* degli stessi. Sul tema, l'Autorità ha approvato nel luglio del 2011 uno schema di regolamento, contenuto nella delibera n. 398/11/CONS, all'esito di una seconda consultazione pubblica (cfr. cap. 3.2.2.9) e oggetto, altresì, di audizione parlamentare del Presidente dell'Autorità dinanzi alle commissioni VII e VIII del Senato.

Lo scenario delineato, relativo alla moltiplicazione e alla libera fruizione dei contenuti digitali, d'altronde, rivaluta altresì il ruolo del servizio pubblico, chiamato ad adeguarsi alla moltiplicazione dell'offerta di nuove tecnologie e servizi, nell'ottica della garanzia del pieno pluralismo nell'offerta e nella fruizione dei contenuti. La concessionaria pubblica, come espressamente previsto nel contratto di servizio 2010-2012, è tenuta a diversificare la programmazione in ragione dei generi ritenuti socialmente rilevanti, includendo specifiche azioni atte a favorire il processo di inclusione sociale, nonché la partecipazione alla vita democratica che deriva dalla visione dei contenuti. Il ruolo sociale ed inclusivo del servizio pubblico, pertanto, non appare più legato alle tradizionali piattaforme di *broadcasting*, quanto piuttosto potenziato dalle possibilità legate all'impiego della tecnologia digitale, che consente la sostituibilità fra le diverse piattaforme, e la moltiplicazione dei programmi irradiabili.

Sul tema, l'Autorità ha indetto con la delibera n. 130/12/CONS una Indagine conoscitiva propedeutica all'adozione delle Linee guida sul contenuto degli ulteriori obblighi di servizio pubblico generale radiotelevisivo (art. 45, comma 4, del TUSMAR): il prossimo triennio, infatti, assume un'importanza strategica in relazione ai mutamenti della fruizione dei contenuti indotti dalla piena digitalizzazione del segnale televisivo e dalla presenza di varie piattaforme di distribuzione. In questa fase di transizione il servizio pubblico radiotelevisivo può giocare un ruolo di primo piano in termini di qualità e diversificazione della programmazione, di alfabetizzazione mediatica e di riduzione del *cultural divide*.

Inoltre, nell'ultimo anno, l'Autorità si è ulteriormente concentrata sul rapporto fra minore e utilizzo dei *media*. Il minore, lungi dal rappresentare un mero soggetto passivo fruitore dei contenuti altrui, appare rivestire un ruolo rilevante allorquando conclude in prima persona transazioni elettroniche, produce contenuti, li diffonde, non limitandosi all'utilizzo del Pc, ma avvalendosi degli strumenti tecnologici più disparati, spesso a prescindere dalla reale consapevolezza dei contenuti nocivi appresi o, più o meno volontariamente, diffusi.

Al riguardo, l'Autorità, sulla base delle competenze ad essa assegnate con il decreto legislativo n. 44 del 2010, ha *inter alia* adottato la delibera n. 220/11/CSP, rubricata «Regolamento in materia di accorgimenti tecnici da adottare per l'esclusione della visione e dell'ascolto da parte dei minori di film ai quali sia stato negato il nulla osta per la proiezione o la rappresentazione in pubblico, di film vietati ai minori di diciotto anni e di programmi classificabili a visione per soli adulti ai sensi dell'articolo 34, commi 5 e 11, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici».

In proposito, ai sensi dell'articolo 34, del "Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici", è stato attribuito all'Autorità il compito di adottare, attraverso procedure di co-regolamentazione, la disciplina di dettaglio contenente l'indicazione degli accorgimenti tecnicamente idonei a escludere che i minori vedano o ascoltino normalmente film ai quali sia stato negato il nulla osta per la proiezione in pubblico, film vietati ai minori di diciotto anni e programmi classificabili a visione per soli adulti. Sicché, dal punto di vista operativo, l'Autorità ha inteso costituire un tavolo tecnico aperto a tutti i soggetti interessati, al fine di esaminare le proposte in merito all'individuazione

degli accorgimenti tecnici da adottare per il raggiungimento delle finalità indicate dall'articolo 34. L'Autorità ha provveduto a interpretare le norme suddette (cfr. allegato B alla delibera n. 220/11/CSP: «Comunicazione del 22 luglio 2011 recante chiarimenti interpretativi sulla normativa in materia di diffusione sui servizi di media audiovisivi di film vietati ai minori di anni 18 e 14»), individuando un sistema regolatorio diversificato in ragione della gravità dei contenuti nocivi diffusi e della diversa piattaforma utilizzata, in chiaro o ad accesso condizionato (cfr. cap. 3.2).

Il tema della protezione del minore rispetto a contenuti nocivi atti a incidere sul suo sviluppo fisico e psichico è, peraltro, destinato a rimanere di stretta attualità nei prossimi mesi. Un recente *draft* relativo alla protezione dei minori *on line* (*Communication for a "Strategy for a Better Internet for Children*, 2 maggio 2012 - Commissione europea) prefigura un nuovo intervento della Commissione europea finalizzato alla proposta di una "*single framework directive*" in materia. Questo nuovo strumento regolatorio dovrebbe contenere ulteriori misure relative alla protezione dei minori nel campo dei diritti umani, con particolare riferimento alla tutela della *privacy*, alla lotta contro gli abusi sessuali, all'audiovisivo e al commercio elettronico.

In questo quadro, si muovono i lavori di studio e ricerca condotti dall'Autorità con riferimento alle caratteristiche che contraddistinguono allo stato attuale l'offerta multimediale, *in primis* quella televisiva, rivolta ai minori, che confluiranno nel Libro bianco sul rapporto tra media e minori (cfr. Focus 4).

Focus 4 - Libro Bianco sul rapporto tra media e minori

Alla luce delle trasformazioni in atto nell'intero settore delle comunicazioni, non ultime quelle connesse all'ampliamento dell'offerta di contenuti audiovisivi, l'Autorità ha ritenuto di avviare un processo di riflessione sui tratti caratteristici della complessiva offerta multimediale e, in particolare, di quella televisiva, anche rivolta ai minori, e di analizzare i comportamenti di bambini e adolescenti nel loro rapporto con i media. Ciò al fine di evidenziare gli aspetti positivi e quelli problematici di tale relazione, nell'ottica di contemperare la necessità di tutela dei minori con le potenzialità offerte dallo sviluppo tecnologico e con i cambiamenti intervenuti nella società, e conseguentemente valutare l'efficacia delle misure attualmente vigenti in materia.

L'Autorità, pertanto, approvando con delibera n. 194/09/CONS del 16 aprile 2009 il progetto di uno studio interdisciplinare finalizzato alla redazione di un "Libro Bianco sul rapporto tra media e minori", ha costituito, con delibera n. 205/10/CONS, un gruppo di lavoro interdisciplinare composto sia da personale dell'Autorità sia da personale afferente al Censis, istituto specializzato nella ricerca nell'ambito delle scienze sociali.

Lo studio è articolato in cinque parti di cui si riportano i profili salienti.

Parte I – REVIEW SISTEMATICA

La *review* sistematica illustra le scuole scientifiche, gli approcci, i metodi e i risultati della ricerca nazionale ed internazionale sul tema del rapporto tra media e minori, partendo dal presupposto che si tratti di un grande tema sociale e di politica culturale che, accanto al diritto superiore del minore ad una crescita equilibrata, richiama aspetti quali la libertà di espressione, la libertà d'impresa e la garanzia della democrazia e, pertanto, necessita del bilanciamento tra diritti legittimi e contrapposti.

Questa natura "ontologicamente multipla" fa sì che discipline diverse (psicologia, sociologia, pedagogia, diritto, economia, tecnologia) si occupino del complesso rap-

porto tra l'universo dei minori e l'industria dei media e ciò ha prodotto, fin dalla metà del secolo scorso, uno sviluppo esponenziale della produzione scientifica, partendo dai Paesi più avanzati ed attrezzati sul piano delle scienze sociali (Stati Uniti, Canada, Australia, Nord Europa, Regno Unito). Anche in Italia, a partire dagli anni '80, si è evidenziata una significativa produzione scientifica. L'avvento dei *new media* ha poi sollecitato una moltiplicazione degli studi di settore in relazione ai molteplici nuovi aspetti da esaminare.

Sul presupposto che l'influenza dei media, seppure filtrata da molti fattori, costituisce un aspetto rilevante nel costruire l'ambiente in cui crescono e si sviluppano le interpretazioni della vita sociale e il modello culturale e civile, lo studio analizza le diverse teorie sviluppate per comprendere e spiegare gli effetti e gli usi dei media, ascrivibili a due grandi categorie: la prima che si interessa agli effetti dei media indipendentemente dai loro contenuti, la seconda che si interessa agli effetti dei media in relazione ai loro contenuti.

La prima categoria di effetti nello studio è solo accennata, mentre lo studio, stante l'attinenza con la materia di competenza dell'Autorità, si concentra in particolare sulle ricerche che riguardano il rapporto tra minori e contenuti audiovisivi e multimediali, dal punto di vista degli usi e degli effetti del contenuto mediatico, sottolineando il ruolo centrale della *Media Education*, filone che si è sviluppato a partire dagli anni '70 e che si è evoluto negli anni sottolineando la sempre maggior partecipazione ed interazione del minore con il medium.

Alcuni dati. Dal punto di vista dell'accesso ad internet emerge che i Paesi con il più alto utilizzo della rete (Danimarca, Svezia, Regno Unito) sono quelli in cui un'alta percentuale di ragazzi usa internet (85%); quelli con utilizzo medio (Austria, Belgio, Germania, Irlanda, Francia, Spagna) registrano un utilizzo intorno al 65% da parte dei ragazzi; quelli con basso utilizzo (Italia, Cipro, Grecia) registrano percentuali inferiori al 65%. Anche il sistema di istruzione gioca un ruolo rilevante: più è elevato il livello di istruzione di un Paese, più ragazzi utilizzano internet. Inoltre, è emersa una correlazione tra uso di internet a casa e a scuola: più internet viene usato a scuola, più internet viene usato a casa. Altro dato che emerge è che in alcuni Paesi europei più di un quinto dei ragazzi che utilizzano internet hanno genitori che invece non lo utilizzano e questo costituisce un dato rilevante se riferito ai rischi che i ragazzi possono incontrare *online*. Sul rapporto rischi/opportunità, lo studio mette in evidenza che le opportunità sono in genere rappresentate da: finalità educative, istruzione, divertimento, informazioni, instaurazione di rapporti sociali, condivisione di esperienze con persone lontane. Di contro, i rischi connessi all'uso della rete riguardano: dare informazioni personali, vedere siti pornografici, vedere contenuti violenti, essere vittima di bullismo.

Altra area analizzata è l'influenza, sull'approccio ai *new media*, del contesto culturale e politico del Paese. I genitori svedesi, olandesi e danesi sono più propensi a dare regole sull'uso di internet, mentre i genitori portoghesi e polacchi conferiscono maggior importanza alla regolazione del consumo televisivo. In generale, i genitori che sono più attenti alla regolamentazione dell'uso televisivo appartengono all'area cattolica europea, mentre i genitori che sono più accorti sull'uso di internet appartengono all'area protestante. Le strategie di mediazione parentale abitualmente adoperate (limitazioni di tempo, insegnamento dell'uso sicuro della rete, *software* di filtro, regole per non diffondere informazioni personali, controllo delle pagine web adoperate) sono in genere messe in atto da genitori di status sociale più elevato e nei Paesi dove l'uso di internet è più diffuso.

Le conclusioni cui lo studio perviene sono nel senso di raccomandare politiche di inclusione digitale, orientate ad incrementare l'utilizzo di tecnologie nei Paesi che si caratterizzano per un uso basso dello stesso e tra i segmenti di popolazione culturalmente

più lontani dalle tecnologie, accompagnando tale sviluppo con adeguati programmi di protezione dei minori e di Media Education e con lo sviluppo della mediazione parentale.

Lo studio, infine, mette in risalto come ormai l'uso di internet sia "incorporato" nella vita quotidiana dei ragazzi (il 92% dei ragazzi tra 9-16 anni usa internet almeno una volta alla settimana, mentre il 57% lo usa tutti i giorni), e come gli utenti di internet diventino sempre più giovani (l'età del primo accesso è sette anni nei Paesi del Nord Europa; in tutti i Paesi 1/3 dei ragazzi tra 11 e 13 anni usa internet tutti i giorni). Internet viene utilizzato prevalentemente in casa (85%), seguito dalla scuola (63%), ma con un accesso diversificato: il 48% lo usa nella propria camera e il 31% attraverso un telefono cellulare.

Parte II – IL CONSUMO DI MEDIA

La seconda parte analizza, da un punto di vista pratico, il consumo dei media attraverso un'indagine finalizzata al perseguimento di due obiettivi: la raccolta, attraverso le risposte ottenute dai genitori, di informazioni relative al consumo dei media; la rilevazione degli atteggiamenti dei genitori rispetto ai media e rispetto al consumo dei media da parte dei figli.

La dotazione audiovisiva delle famiglie è costituita da televisione (97,3%), computer (95,1%), lettore dvd/registratore (89,3%), radio (82,5%), consolle dei videogiochi (68,8%), videofonino/*smartphone* (50,6%), iPad o e-book (7,2%). Il 41,2% possiede tv satellitare a pagamento e il 24% tv digitale terrestre a pagamento.

Mentre la media di consumo della televisione da parte dei genitori è di circa 3 ore al giorno, il consumo dei figli appare più moderato (1 ora al giorno). I dati confermano l'utilizzo pieno e diretto della televisione da parte dei minori, con una lieve crescita nella fascia di età 11-13 anni, spesso accompagnato dall'uso di dvd (classici di Walt Disney e cartoni di qualità). L'influenza dei minori nelle scelte d'acquisto di contenuti audiovisivi e multimediali appare rilevante (supera il 50%). Una buona percentuale di minori fino (68,9% per la fascia 4-5 anni e 67,2% per la fascia 6-10 anni) guarda prevalentemente la tv con i genitori, scendendo al 52% per la fascia 11-13 anni. Il 20,1% guarda la tv con i nonni. Il genere preferito è il cartone animato per i più piccoli (85,7%). Il 33% dei minori della fascia 11-13 anni ama anche i telefilm.

Per quanto riguarda internet l'attività preferita è "giocare online con i videogiochi individuali" (42,8%). Un 52,4% utilizza internet per le ricerche scolastiche, mentre è utilizzato per social network dal 45,3%. Nei preadolescenti c'è un uso più diversificato (24,3% musica, 22,2% informazioni, 24% per chattare). In generale l'uso di Internet avviene a casa, mentre una percentuale più bassa riguardala scuola.

La segnaletica delle emittenti è conosciuta e utilizzata: tutti sanno cosa sono i bollini e oltre il 56% dei genitori dichiara di usarli abitualmente. Oltre un quarto dei genitori dichiara di utilizzare il *parental control*. Inoltre, il 70% dei genitori considera le segnaletiche date dalle emittenti un valido strumento di orientamento. Nella triangolazione tra genitori, minori e media, i primi tendono a mostrarsi attivi e consapevoli: quasi il 60% dichiara di riuscire ad interagire abbastanza bene. L'innovazione tecnologica è un processo ben accettato dai genitori che ritengono che oggi vi sia molta più offerta. Un 27,4% evidenzia però che l'offerta di qualità si trova per lo più sulle televisioni a pagamento. In definitiva i genitori sembrano avere idee molto chiare sull'accresciuta accessibilità dell'offerta, anche se non ritengono che ciò si traduca automaticamente in un processo di maturazione e di "autorientamento" per i figli.

Sul rapporto con internet, i genitori si dicono preoccupati soprattutto dalla pornografia (52,2%) e dagli incontri con utenti pericolosi o malintenzionati (45%), cui seguono

i contenuti violenti (37,5%). Per quanto riguarda gli effetti positivi, il maggior beneficio è rappresentato, per i genitori, dall'allargamento degli orizzonti informativi.

All'esplicita domanda di esprimere una valutazione circa il ruolo dei media sul disorientamento giovanile, il 62% ha risposto che ci può essere una correlazione. Il 46,7% si dichiara d'accordo con le attuali normative che tendono ad incrementare il bagaglio di indicazioni alle famiglie allo scopo di responsabilizzarle ad un uso consapevole dei media: il 35,8% sa che esiste il Comitato Media e Minori e il 79,6% conosce il ruolo dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

Un focus specifico è poi stato realizzato sul consumo adolescenti. Oltre il 40% dispone di un televisore per uso personale, seguito da un pc e da uno *smartphone*. Il 50% degli intervistati dedica ai videogiochi *off line* da 1 a 3 ore al giorno; il 10% dichiara di guardare la televisione in chiaro per tre ore al giorno, ma un 9,7% guarda l'IPTV. Si conferma lo spostamento progressivo dei giovani verso nuove forme di televisione, tra cui la televisione in *streaming*. L'uso di internet è più che radicato: lo utilizza il 98% di cui il 45% almeno un'ora al giorno. Quasi la metà degli adolescenti guarda la tv non in compagnia dei genitori. L'ascolto si concentra in due blocchi: la fascia del pranzo e postprandiale e la fascia preserale e di prima serata. I programmi preferiti sono film (48%), sport (43,5%) per i maschi e film (51,4%) e telefilm (32%) per le femmine. Solo il 10% include i *reality* e i *talent show* tra i programmi preferiti. Gli adolescenti attribuiscono alla televisione una funzione di rilassamento e piacevolezza. Nella graduatoria delle cose che più infastidiscono c'è la volgarità (50%), la superficialità (28,3%) e la violenza eccessiva (26,6%).

La radio non è il medium più seguito: il 43,3% l'ascolta qualche volta, ma non quotidianamente, mentre il 27,6% dichiara di non ascoltarla mai. Per ascoltare la radio il 20,6% utilizza il pc, il 21,6% l'mp3 o l'iPod, il 25% il telefono cellulare, mentre il 7,5% attraverso la televisione. La radio, dunque, viene avvicinata dai giovani attraverso mezzi tecnologici avanzati. Se la televisione è il mezzo per rilassarsi, internet è il mezzo per chiacchierare, per raccontarsi la vita: il 93,6% degli intervistati è iscritto a Facebook. Sono solo i più grandi ad apprezzare internet per la capacità di fornire un ampio universo di informazioni.

Parte III – L'OFFERTA DI MEDIA

L'analisi della programmazione televisiva per minori, realizzata dagli uffici dell'Autorità in collaborazione con il Censis, offre una fotografia della televisione italiana dal 2004 al 2010, attraverso l'analisi dei palinsesti della Rai, Mediaset, Timedia, Deejay, Sky e dei nuovi canali nativi digitali. Sono stati presi a riferimento i palinsesti di due settimane campione del mese di marzo (2004-2005 e 2009-2010) relativamente a tutte le fasce Auditel (7-9, 9-12, 12-15,15,18, 18-20,30, 20,30-22,30). Tra i canali generalisti, quelli che hanno dedicato il maggior numero di ore ai programmi per i minori sono Rai Due, Rai Tre e Italia 1.

I dati quantitativi sono stati affiancati dai dati di ascolto forniti dall'Auditel. Dall'incrocio dei dati con le offerte dei palinsesti è emerso che i minori (marzo 2010) hanno preferito la Tv per tutti, in particolare quella dei canali generalisti, piuttosto che la fascia oraria protetta 16-19, con un picco nella fascia pre-serale e nella fascia mattutina.

Si dà quindi dettagliatamente conto, anche con rappresentazioni visive e grafiche, del modello con il quale i competenti uffici dell'Autorità effettuano la classificazione e la valutazione dei programmi televisivi, secondo la metodologia consolidata in dottrina dell'analisi contenutistica (*content analysis*).

L'ultima sezione, elaborata dal Censis, partendo dai risultati del questionario somministrato agli adolescenti (descritto nella parte II), esprime alcune valutazioni in termi-

ni di analisi qualitativa dell'offerta, da cui emerge da un lato una polverizzazione delle preferenze (dai programmi di informazione a quelli di svago), dall'altro una fidelizzazione per emittente piuttosto che per programmi.

Parte IV – TUTELA DEI MINORI NELL'AUDIOVISIVO: LA PRATICA

La quarta parte dello studio è di natura più prettamente giuridica e fornisce una rassegna dell'attività pratica di regolazione e sanzionatoria svolta dall'Autorità. La determinazione, in concreto, dei contenuti pregiudizievoli per i minori nella programmazione radiotelevisiva, è infatti legata ad un'attività valutativa fortemente basata sull'analisi del singolo contenuto e del contesto nel quale è diffuso. Pertanto, a valle dell'analisi dell'offerta televisiva, sviluppata nella precedente parte, acquista rilevanza, ai fini della verifica della efficacia pratica delle misure di salvaguardia del minore telespettatore individuate nella legislazione italiana, una rassegna dei casi decisi dalla Commissione per i servizi e per i prodotti dell'Autorità, esposta sotto forma di "massimario" delle decisioni recanti gli orientamenti AGCOM in materia di tutela del minore.

Parte V – NEW MEDIA E MINORI: LA PROSPETTIVA DEGLI ATTORI

L'ultima parte dello studio è dedicata al rapporto tra minori e *new media* ed espone i risultati dell'interlocuzione con diversi soggetti interessati – comitati, associazioni, operatori. Il ciclo di audizioni, a cui hanno partecipato il Comitato media e minori, il CNU, il Coordinamento dei genitori democratici, il Movimento genitori – MOIGE, Save the Children Italia, Telefono Azzurro, AESVI, AIIP, ANICA, Audiweb, FAPAV, FedoWEB, FIMI, UNIVIDEO, CONFCONSUMATORI, CITTADINANZATTIVA, FEDERCONSUMATORI, Lega Consumatori, ha consentito di raccogliere informazioni in tema di offerta e dati di consumo, iniziative di formazione, tendenze dei mercati, esigenze di riassetto normativo o regolamentare, criticità e potenzialità dei *new media*.

Dai dati di consumo emerge che i minori trainano l'*online* nelle famiglie italiane: il 74,5% dei minori al di sotto degli 11 anni e l'82,8% degli adolescenti di età compresa tra i 12 e i 17 anni, dispone di un accesso ad internet, mentre le famiglie più tecnologiche sono quelle con almeno un figlio minore. In entrambe le classi d'età prevale la connessione tramite pc dall'abitazione privata e il consumo aumenta in orario pomeridiano. I siti più visitati sono, nell'ordine, motori di ricerca, portali e siti di *community*: intrattenimento, servizi di posta elettronica e messaggerie, consumi di prodotti elettronici; siti di commercio elettronico, siti di giochi, giocattoli, animali; siti sui viaggi; siti di bellezza, cucina e ricette; educational. La visione dei filmati su YouTube risulta in crescita e i contenuti più visti sono filmati di genere musicale e spezzoni di programmi televisivi, mentre i video con scene "forti" registrano un interesse più contenuto.

Dalle ricerche sui videogiochi effettuate dal Centro Studi Minori e Media (anno 2006) emerge che la fruizione quotidiana dei videogiochi decresce al crescere dell'età ed è più consistente nei maschi rispetto alle femmine; i videogiochi preferiti sono quelli di avventura, sport e combattimento; il coinvolgimento emotivo è maggiore tra coloro che giocano per più tempo (più di tre ore al giorno).

Sull'uso del telefono cellulare dagli studi emerge che il cellulare è posseduto dal 99% del campione intervistato; l'età in cui si riceve il cellulare si abbassa (9 anni); il 50% degli intervistati usa il cellulare per più di un'ora al giorno, soprattutto per inviare sms, una parte consistente del campione giudica il cellulare uno strumento utile per sviluppare amicizie. La rilevazione sui genitori mette in luce che essi spesso non conoscono come e quando i figli utilizzano il cellulare e che non sanno come intervenire per impedire che i minori accedano a contenuti poco adatti. L'esigenza dei genitori di dotare di un cellulare i propri figli è quella della sicurezza per poter comunicare con loro in ogni

momento. La sensazione che emerge è che i genitori italiani abbiano privilegiato l'idea che la dotazione del cellulare potesse consentire un maggior controllo dei figli, sottovalutando la complessità della tecnologia e come il consumo dei dispositivi *wireless* si può incardinare rapidamente nelle diverse pratiche della vita quotidiana dei minori.

Sul fronte del giudizio delle regole della legislazione vigente a presidio della tutela dei minori, le osservazioni pervenute mettono in luce la richiesta di adozione di misure più incisive, in particolare per le nuove tecnologie, da adottare con misure di co-regolamentazione e nella prospettiva di una maggiore organicità delle azioni di tutela. Il rafforzamento delle garanzie non può, comunque, prescindere da un solido lavoro di formazione e informazione rivolto ai minori, alle famiglie e alle scuole, in particolare per attenuare il *gap* tecnologico/culturale che in Italia separa la generazione dei "nativi digitali", dalle altre generazioni (gli adulti "figli di Gutenberg").

Sul fronte televisivo, il giudizio più severo è espresso dal MOIGE e riguarda il Codice Tv e Minori.

L'esigenza di un rafforzamento delle tutele viene, inoltre, espressa con riferimento al sistema di *parental control*. Infine, si chiede l'introduzione di un sistema di classificazione dei videogiochi, sulla scorta di quello volontariamente adottato dal PEGI.

Conclusivamente, alla luce dei cambiamenti indotti dallo sviluppo delle nuove tecnologie, il Comitato Media e Minori, il CNU e alcune associazioni dei genitori, oltre che Telefono Azzurro, hanno avanzato la richiesta di ripensare l'architettura complessiva del sistema di tutela dei minori, che affronti in modo organico ed unitario la definizione di regole e principi valevoli per i diversi comparti mediali: televisione, telefonia, internet, videogiochi, con l'applicazione di un unico strumento di co-regolamentazione seppure declinato con diverse misure nel rispetto del principio di proporzionalità.

1.5. I temi della convergenza

La crescente diffusione di tecniche e apparati per la fruizione e lo scambio di contenuti digitali attraverso la rete ha rappresentato un fattore fondamentale per lo sviluppo dei mercati delle comunicazioni elettroniche, ma non rappresenta l'unica innovazione rilevante per il mutamento di scenario in atto. L'evoluzione tecnologica, le continue trasformazioni negli assetti delle imprese e dei mercati, i mutamenti socio-culturali indotti dall'avvento di internet rappresentano altrettanti fattori di cambiamento, che alimentano il dibattito in corso circa il ruolo che i regolatori di settore sono chiamati a svolgere rispetto alla nuova configurazione dell'industria e alle sfide che essa pone in termini di tutela della concorrenza e dei consumatori. Le dinamiche di convergenza che hanno connotato il settore delle comunicazioni negli ultimi venti anni hanno ampliato il proprio raggio d'azione, prefigurando nuovi scenari di integrazione tra mercati e innovazione tecnologica.

In questa prospettiva, che si può definire di convergenza "intersettoriale", crescente rilevanza ha acquistato il tema delle *smart cities*, cui è stato dedicato ampio spazio anche nel corso del Forum PA 2012, che sottende l'idea di un crescente ricorso alle tecnologie ICT, ai servizi di *e-governement* e all'internet delle cose al fine di migliorare la qualità della vita nelle città europee. Tra gli esempi più avanzati di questo modello di integrazione tra innovazioni ICT e sviluppo urbano, vi è la città sudcoreana di Busan dove un sofisticato sistema di servizi digitali consente ai propri cittadini di essere perennemente connessi in qualsiasi punto dell'area metropolitana. I tratti peculiari di questo modello, noto anche come "*ubiquitous* o *u-city*" riguardano l'onnipresente disponibilità di servizi e infrastrutture avanzati di comunicazioni elettroniche, la capacità di gestire in maniera intelligente le funzioni amministrative e i servizi locali, per esempio il trasporto pubblico, attraverso sistemi *wireless* e reti fisse NGN, la fornitura di accesso in tempo reale a piattaforme integrate *high-tech* per l'erogazione di servizi sociali – dalle biblioteche all'assistenza sanitaria – l'integrazione dei servizi di connettività alla banda larga con avanzati sistemi di controllo e gestione delle infrastrutture fisiche e abitative per finalità di risparmio energetico e sostenibilità ambientale. Nel corso del 2011, la Commissione europea ha condotto una consultazione pubblica concernente il finanziamento dell'iniziativa "Smart Cities and Communities", da cui è emerso che lo sviluppo di servizi e applicazioni avanzate ICT ha un ruolo fondamentale nei settori della logistica e del trasporto sostenibile, della sicurezza del territorio (per es. prevenzione rischio idrogeologico, geolocalizzazione, ecc.) e, ovviamente, per il complesso di servizi *e-governement*, sempre più destinati ad essere erogati mediante *tablet* e *smartphone* (per cui si parla di "*m-government*"). In tale contesto, assume concretezza la prospettiva di offerte integrate da parte di diversi operatori di tlc per la clientela *business* e la pubblica amministrazione, dove ai servizi di connettività alla banda larga si associano sistemi innovativi per il *mobile payment* dei mezzi di trasporto pubblici e dei parcheggi, RFID (*Radio Frequency Identification*) per la registrazione in tempo reale – anche sul proprio conto corrente – degli acquisti presso i punti di vendita al dettaglio come i supermercati.

In effetti, lo scenario di convergenza tecnologica, di mercato e regolamentare sembra investire soprattutto i settori energetico e delle comunicazioni elettroniche. Uno studio condotto dall'OCSE nel 2011 mostra infatti come l'elemento chiave di que-

sta tendenza sia la creazione di *smart grid*, che presenta implicazioni non secondarie per la regolamentazione dei relativi mercati[8]. Come è noto, con tale espressione si definisce l'applicazione di un insieme più o meno ampio di tecnologie ICT nella gestione delle reti elettriche esistenti, volte a garantirne una gestione "intelligente" per l'ottimizzazione dei flussi di energia prodotti da fonte tradizionale e da fonte rinnovabile, il cui sfruttamento è sovente limitato da un cattivo dimensionamento dell'infrastruttura portante. La possibilità di monitorare i flussi di energia pulita prodotta localmente attraverso l'utilizzo di sensori, di *smart meter* e di *software* e, al contempo, di veicolare le informazioni prodotte attraverso reti a banda larga è infatti alla base della creazione di *smart grid* in grado di controllare in dettaglio i consumi lungo la rete, evitando eventuali perdite e *blackout*. L'integrazione tra reti di telecomunicazioni ed energetiche, a sua volta, prefigura potenziali implicazioni regolamentari con riferimento all'esigenza di garantire a condizioni eque e non discriminatorie la fornitura di accesso alle reti ai fornitori di *smart meter*, applicazioni innovative che consentono agli utenti finali di misurare i propri consumi energetici in tempo reale, evitando che gli attuali *trend* di convergenza nei mercati favoriscano l'instaurarsi di pratiche anticompetitive o lesive della trasparenza per il consumatore finale. Il rischio in parola non riguarda soltanto l'accesso alle reti a banda larga, ma anche il mantenimento di adeguate condizioni di interoperabilità tra i protocolli di comunicazione (*open standard*) al fine di non ostacolare l'innovazione in questo campo. Dal momento che le infrastrutture *IP-based* sono il perno su cui ruota lo sviluppo di una vasta gamma di servizi in sinergia, dall'erogazione di energia elettrica al risparmio energetico negli edifici, è infatti essenziale evitare che l'integrazione tra gli attori dei mercati interessati sia accompagnata da strategie di *lock-in* a danno dei consumatori e della concorrenza.

L'integrazione tra operatori di telecomunicazioni e energetici è, del resto, una realtà presente in molti mercati nazionali. La società australiana ActewAGL ha già lanciato un'offerta integrata *sextuple-play* comprensiva di servizi elettrici, acqua, gas, telefonia vocale, traffico dati, TV e mobile. Negli Stati Uniti, a seguito della fusione tra Hancock Telecom and Central Indiana Power, i consumatori possono acquistare un'offerta integrata di servizi di telecomunicazioni ed energetici, cui si aggiungono servizi a valore aggiunto di *home automation* e *security*. Le implicazioni regolamentari di questo tipo di offerta sono allo studio di alcuni regolatori: negli USA, il Dipartimento per l'Energia e la FCC hanno avviato attività di consultazione e coordinamento, anche al fine di integrare il Piano del governo statunitense per la Banda Larga. In Europa, a parte il caso del regolatore tedesco BNetzA competente per entrambi i settori, la convergenza energia e telecomunicazioni potrebbe determinare nuove esigenze di coordinamento tra le autorità di regolazione dei mercati, chiamate in primo luogo a monitorare le tendenze in atto e potenziali scenari competitivi.

In definitiva, il nuovo scenario di convergenza tecnologica e di mercato legato alla gestione "intelligente" di infrastrutture e servizi mediante l'impiego di innovazioni ICT e reti a banda larga tende ad ampliare i confini dell'ecosistema digitale in cui operano le imprese di telecomunicazioni. Per esempio, se le applicazioni *smart meter* sono plausibilmente destinate a restare dispositivi *hardware*, molte funzioni legate a questi

8 OECD (2012), "ICT Applications for the Smart Grid: Opportunities and Policy Implications", OECD Digital Economy Papers, No. 190, OECD Publishing.
http://dx.doi.org/10.1787/ 5k9h2q8v9bln-en.

sistemi di misurazione saranno accessibili attraverso internet fisso e apparecchiature per il mobile, come *tablet* e *smartphone*. Le potenzialità di utilizzo di questi applicativi saranno altresì influenzate dalla possibilità di utilizzo mediante le piattaforme integrate per i servizi mobili già esistenti, come quella di *iPhone* e *Android*, da cui può dipendere l'effettiva accessibilità delle interfacce. L'integrazione tra il settore elettrico e quello ICT si presta, peraltro, a ulteriori sviluppi relativi alla fornitura di servizi a valore aggiunto (per es. di *e-health* e benessere, mediante applicazioni per la misurazione del tempo impiegato e del risparmio energetico derivante dalla scelta di rinunciare all'automobile per camminare a piedi o utilizzare i mezzi pubblici). In tale contesto, le dinamiche proprie del modello "two-sided market" tenderanno a configurarsi aldilà dei confini dei mercati delle comunicazioni: i gestori di reti di tlc e servizi IT che intendono sviluppare servizi e applicazioni a valore aggiunto per le reti elettriche sono destinati a confrontarsi con i fornitori di *operational technologies*, ossia con quei soggetti in grado di influenzare il dimensionamento e l'architettura delle reti e degli edifici oggetto di intervento. D'altra parte, le condizioni contrattuali con i fornitori di queste tecnologie, di dati e applicazioni sono condizionate dall'altro versante del mercato, quello che sul fronte della domanda è determinato dai consumatori, eventualmente utenti di un unico operatore integrato che fornisce contestualmente servizi elettrici e di telecomunicazioni.

D'altra parte, anche in rapporto a questi nuovi scenari di convergenza tecnologica e di mercato, resta prevalente il tema dell'apertura e neutralità delle reti, a fronte della garanzia di adeguati standard di sicurezza e affidabilità. Si tratta della questione basilare al centro del dibattito sul futuro di internet che l'Autorità, analogamente alla maggior parte dei regolatori di settore europei e di area OCSE, ha affrontato con specifico riguardo alle trasformazioni intervenute nell'ecosistema digitale e nell'industria ICT e dei media. In ordine ai temi economici, le imprese che operano in tali contesti hanno ampliato il perimetro delle attività, presidiando – in forme diverse nel settore dei media e nelle telecomunicazioni – i diversi anelli della catena del valore: la gestione delle reti, la produzione dei contenuti e la fornitura di servizi. Per effetto di dinamiche di convergenza ormai note, i principali bisogni di comunicazione e di informazione allo stato attuale possono concretamente essere soddisfatti attraverso una pluralità di mezzi trasmissivi.

L'ecosistema digitale va assumendo, dunque, una nuova configurazione, per effetto di diverse dinamiche di innovazione e di mercato che si intersecano, dando vita a una pluralità di scambi e interessi, ma anche a forti tensioni e relativi aggiustamenti. Nel corso dell'ultimo anno, la dinamica "Telco vs OTT" che aveva caratterizzato la prima fase del dibattito internazionale sulla *net neutrality*, connotata dalle istanze degli operatori di reti tradizionali rispetto a uno spostamento del valore generato verso servizi e prodotti offerti dai nuovi attori della catena, produttori di contenuti e *internet company* come Google, sembra aver investito anche il settore dei media tradizionali. I *broadcaster* storici cominciano infatti a registrare la cattura dei ricavi pubblicitari da parte di colossi del *web* come Facebook, Twitter, Youtube, che tendono a configurarsi come nuovi concorrenti dei servizi televisivi (cfr. cap. 1.1.).

Le tensioni rinvenibili nell'ecosistema digitale fanno da sfondo al dibattito sulla neutralità di internet che, allo stato attuale, fa perno sulle modalità più appropriate di intervento per evitare che l'innovazione nei sistemi di gestione del traffico sulle reti (c.d. *traffic management*), unitamente allo sviluppo di nuovi modelli di *business* o fenomeni di concentrazione nei mercati della fornitura di accesso a internet o di contenuti, servizi e applicazioni, possano incidere sulla natura aperta e neutrale

della rete. In questa cornice, il dibattito sulla *net neutrality* ha subito una evoluzione che vede, allo stato attuale, i regolatori europei chiamati a confrontarsi su questioni specifiche, attinenti alla garanzia di sufficienti condizioni di trasparenza e concorrenza nei mercati perché siano minimizzati i rischi di discriminazioni arbitrarie e ingiustificate del traffico in internet, piuttosto che sull'affermazione di un principio di garanzia dell'assoluta parità di trattamento dei *byte* trasmessi sulle reti di comunicazioni.

Le risultanze delle consultazioni pubbliche indette dall'Autorità sulle questioni generali inerenti la *net neutrality* (delibera n. 714/11/CONS) e quelle più specifiche relative al rapporto tra *traffic management* e servizi di *mobile* VoIP e P2P (delibera n. 713/11/CONS) sono, del resto, coerenti con i termini del dibattito europeo. Vi è ampio consenso, in effetti, sull'idea che l'applicazione di forme di *traffic management* da parte degli operatori di reti non costituisca in *re ipsa* un fallimento del mercato, né una riduzione delle opportunità a disposizione dell'utente finale. Peraltro, la circostanza che le tecniche di gestione e prioritarizzazione del traffico su reti fisse e mobili possano essere utilizzate nell'ambito di strategie commerciali, fondate su pratiche di differenziazione dei prezzi e dei livelli di qualità dei servizi offerti agli utenti, rende fondamentale l'esigenza di monitorare le modalità di fissazione dei prezzi: il *pricing* rappresenta un altro elemento centrale, da esaminare ulteriormente in quanto incide sull'utilizzo di internet. Infine, vi è ampia condivisione tra i regolatori e gli *stakeholder* che le previsioni normative contenute nel c.d. *Telecom package* e nel Codice delle comunicazioni elettroniche, in tema di tutela dei consumatori e della concorrenza con riferimento alle questioni sollevate nel dibattito sulla neutralità della rete, siano sufficienti ad assicurare un'adeguata protezione degli utenti.

D'altro canto, permangono nel dibattito nazionale questioni più controverse, che meritano ulteriore approfondimento, anche al fine di meglio delineare il ruolo del regolatore a riguardo. Questi sono, *in primis*, la definizione degli strumenti di tutela del consumatore indicati dal quadro normativo di riferimento: la concreta garanzia di condizioni di trasparenza sull'impiego di tecniche di *traffic management* a tutela degli utenti e, ove ciò non risultasse sufficiente, la determinazione di livelli minimi di qualità dei servizi dati. Inoltre, la continua evoluzione del mercato, l'esistenza di processi di convergenza, integrazione e innovazione nell'ecosistema digitale impongono un altrettanto continuo monitoraggio e analisi delle questioni di natura concorrenziale e tecnologica, da analizzare in un'ottica attuale e prospettica. Non ultimo per importanza è il tema della *net freedom*, ossia la questione relativa alle possibili implicazioni delle dinamiche emergenti in materia di *traffic management* sull'esercizio della libertà di espressione e sul rispetto all'integrità della vita privata, riconosciuti dalla Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea, e garantiti dalla Costituzione italiana in termini di libertà di comunicazione e informazione, pluralismo dei media e dell'informazione.

In un quadro siffatto, l'Autorità non si è limitata a promuovere il dibattito interno, ma ha altresì partecipato al dibattito internazionale ed europeo in materia di neutralità della rete, sia nell'ambito delle iniziative promosse dal BEREC – cui il regolatore italiano collabora stabilmente – sia in occasione di un recente workshop promosso sul tema dal Gruppo dei regolatori euro-mediterranei (EMERG). I principali sviluppi del dibattito internazionale e le posizioni assunte nel corso dell'ultimo anno dai regolatori europei sono riassunte nel seguente approfondimento (Focus 5).

Focus 5 - Il principio di neutralità della rete nel contesto internazionale

Negli ultimi mesi, il dibattito internazionale circa l'opportunità che le autorità competenti adottino nuove regole a garanzia del carattere aperto e neutrale di internet si è arricchito di numerose iniziative che formano l'oggetto del seguente aggiornamento.

In ambito UE, sulla scorta degli orientamenti espressi nella Comunicazione della Commissione su un'internet aperta e neutrale (aprile 2011), il BEREC ha assunto nel corso dell'ultimo anno un ruolo chiave e propulsivo nell'analisi delle problematiche sottese al tema della *net neutrality*. Nel programma di lavoro per il 2012, sono previste attività in relazione a questioni specifiche quali: le condizioni di trasparenza, l'imposizione di requisiti minimi di qualità dei servizi, le pratiche discriminatorie di *traffic management*, l'interconnessione IP, sempre con riferimento alla piena declinazione del principio di neutralità della rete.

In particolare, nell'autunno 2011, il BEREC ha condotto una consultazione pubblica su una proposta di linee guida in materia di trasparenza nel contesto della *net neutrality* (*Draft Guidelines on Transparency in the scope of Net neutrality: Best practices and recommended approaches*), finalizzato a operare una ricognizione delle buone prassi e degli approcci al tema giudicati più adeguati in rapporto agli interessi in gioco. Il documento recante linee guida, la cui attuazione lascia alle ANR margini di adattamento alle specifiche condizioni nazionali, è stato successivamente rivisto e integrato – senza sostanziali modifiche – sulla base dei 77 contributi ricevuti nel corso della consultazione pubblica, le cui risultanze sono state pubblicate nel dicembre 2011.

La scelta di dedicare il primo approfondimento del BEREC in materia di *net neutrality* alla trasparenza è dovuta al fatto che questa rappresenta una precondizione alla possibilità di scelta degli utenti tra offerte caratterizzate da diversi livelli di qualità dei servizi e, al tempo stesso, perché la riduzione delle asimmetrie informative tra gli utenti finali e i fornitori di servizi è un elemento fondamentale per il mantenimento del carattere aperto e neutrale di internet. Il documento segnala che il conseguimento degli obiettivi di trasparenza richiede un'informazione efficace agli utenti, che soddisfi pienamente i requisiti di: accessibilità, comprensibilità, comparabilità, accuratezza. Si tratta, in ogni caso, di elementi interrelati tra loro, la cui osservanza deve essere congegnata in maniera da garantire, al contempo, il rispetto del principio di proporzionalità. Da un punto di vista generale, il BEREC sottolinea che l'imposizione di un regime di trasparenza deve accompagnarsi a condizioni di concorrenza effettiva e all'assenza di barriere al passaggio da un operatore all'altro. Pertanto, le linee guida richiamano gli orientamenti pubblicati in materia di qualità dei servizi e *net neutrality*, che affrontano il tema dei nuovi poteri di intervento affidati alle ANR in materia, nonché la predisposizione di altri rapporti del BEREC sulle tematiche inerenti la *net neutrality*, tra cui *Competition issues related to net neutrality* e l'analisi dei mercati dell'interconnessione delle reti IP, pubblicati lo scorso maggio.

In assenza di condizioni di effettiva concorrenza e qualità dei servizi offerti sul mercato, la trasparenza da sola potrebbe risultare insufficiente a garantire un internet aperto e neutrale. In questa prospettiva, il successivo approfondimento del BEREC ha riguardato le condizioni e modalità di attuazione dell'articolo 22 (3) della direttiva sul servizio universale, che attribuisce alle ANR il potere di fissare livelli minimi di qualità dei servizi. In particolare, il documento *A framework for Quality of Service in the scope of net neutrality* (dicembre 2011) elabora un quadro concettuale di riferimento, indica criteri di valutazione e definisce una procedura che le ANR dovrebbero seguire per l'esercizio di siffatto potere regolamentare. A tale documento è seguita, nel maggio 2012, la pubblicazione della consultazione concernente *Guidelines for quality of service in the scope of net neutrality.*

Nel corso del 2011 l'attività del BEREC ha riguardato anche un'ampia ricognizione a livello europeo – supportata dalla Commissione – sulle pratiche di *traffic management* esistenti. L'attività ha coinvolto oltre 400 operatori, ed ha incontrato ampia partecipazione da parte degli altri *stakeholder*, che hanno contribuito a rappresentare un quadro molto variegato di tecniche e pratiche commerciali in uso nei diversi mercati nazionali. Le più diffuse sono le misure di blocco e/o *throttling* del traffico P2P, su rete sia fissa che mobile, nonché il blocco dei servizi VoIP (soprattutto su rete mobile e di solito in base a specifiche previsioni contrattuali). Le principali giustificazioni del ricorso a queste pratiche, addotte dagli operatori, riguardano la sicurezza e l'integrità della rete (per esempio, limitare lo *spamming*), sebbene molte delle pratiche descritte vengono definite come "tecniche di gestione del congestionamento": in relazione ai problemi di capacità delle reti, comunque, la maggior parte degli operatori utilizza un approccio "agnostico" rispetto alle applicazioni colpite (*active buffering*), mentre altri utilizzano tecniche selettive di specifiche applicazioni, per esempio per limitare il *video streaming*. In molti casi, gli operatori fissi offrono contemporaneamente servizi di rete *managed*, per la fornitura di servizi specializzati, e servizi *unmanaged* per la fornitura in *best effort* degli altri servizi. Tra gli operatori mobili, vi è un'ampia varietà di tecniche di gestione della banda che si fondano su tetti massimi di utilizzo per il traffico dati (*data caps*) e clausole di *fair use* che, tuttavia, rientrano solo parzialmente nel concetto di *traffic management*, in quanto non presuppongono discriminazioni del traffico.

Tra i regolatori nazionali, merita rilievo l'autorità britannica Ofcom che, nel novembre 2011 ha reso noto il proprio orientamento in tema di *net neutrality* pubblicando il rapporto *Ofcom's approach to net neutrality*. Richiamando espressamente le conclusioni del BEREC, Ofcom concorda sull'importanza di un'ampia informazione per i consumatori, sia sulle condizioni tecniche di gestione delle reti, sia sull'adozione di misure di blocco / differenziazione, quale precondizione alla piena realizzazione della concorrenza nei mercati interessati. In tale ottica, Ofcom ritiene preferibile l'approccio fondato sulla cooperazione con gli ISP che, nel mercato britannico hanno contribuito a dimostrare i vantaggi legati all'autoregolamentazione, pubblicando – tra l'altro – una tabella con gli indicatori chiave per la valutazione e la comparazione delle offerte sul piano delle pratiche di *traffic management* adottate, già a partire da luglio 2011 (*Key Facts Indicator*). Ciò non esclude, tuttavia, un ruolo per il regolatore, chiamato a indicare opportuni criteri e modalità di garanzia della trasparenza. Sul piano della tutela della concorrenza e degli utenti, il documento sottolinea altresì l'importanza, in questa fase, di un'attività di indagine volta a identificare le condizioni operative affinché i servizi *managed* e quelli forniti in modalità *best effort* coesistano, in quanto entrambi presentano effetti positivi sui mercati. In particolare, l'imposizione di livelli minimi di QoS nei confronti di tutti gli operatori dovrebbe essere presa in considerazione solo a seguito di un accertamento volto a dimostrare che le "prioritarizzazioni" del traffico compromettono la fruizione dei servizi *best effort*, in quanto limitano eccessivamente la capacità di banda disponibile. Analogamente, pur riconoscendo l'opportunità di scoraggiare le misure di blocco tra servizi succedanei, nonché le discriminazioni poste in essere dagli ISP a danno dei servizi concorrenti, Ofcom appare preferire un atteggiamento di cautela, in cui il regolatore si limiti, per il momento, a monitorare l'evoluzione del mercato, in quanto il libero gioco della concorrenza potrebbe da solo rivelarsi sufficiente al fine di neutralizzare i potenziali effetti negativi di suddette pratiche.

Rilevanti sviluppi si registrano anche da parte del regolatore francese ARCEP, cui il Parlamento aveva commissionato un rapporto nel marzo 2011. Anche in questo caso, confermando una tendenza generale a spostare il dibattito su questioni specifiche, l'ambito di indagine è stato perimetrato intorno ai temi di approfondimento indicati dal BEREC: trasparenza, qualità del servizio, interconnessione IP e gestione del traffico.

In attuazione del mandato parlamentare, ARCEP ha svolto la propria azione all'interno di un gruppo di lavoro cui partecipano le amministrazioni statali competenti in materia di telecomunicazioni e tutela dei consumatori, che intende presentare un rapporto definitivo la prossima estate (2012). I risultati preliminari dell'indagine avviata, tuttavia, mostrano che le condizioni di trasparenza e concorrenza attualmente esistenti nel mercato, pur rappresentando una condizione imprescindibile per la garanzia di un internet aperto e neutrale, non sono al momento ritenute sufficienti. Pertanto, si prevede l'adozione di misure specifiche in materia, in particolare la pubblicazione di indicatori di qualità per le reti fisse, che si aggiungono a quelli introdotti con riguardo alle reti mobili, soggetti a pubblicazione anche con riferimento ai metodi di misurazione adottati. La fase attuale è invece ritenuta prematura per la fissazione di livelli minimi di qualità dei servizi, rispetto ai quali ARCEP si riserva ulteriori approfondimenti. Analogamente, sono previste solo misure di monitoraggio sull'evoluzione del mercato in materia di interconnessione IP, dal momento che i modelli economici e le tariffe sono in continua evoluzione. Infine, ARCEP ha pubblicato i risultati della ricognizione sulle pratiche di *traffic management* in uso nel proprio mercato nazionale, rilevando una tendenziale riduzione delle misure di blocco per effetto della concorrenza. Tuttavia, il regolatore francese si riserva di continuare a monitorare il mercato e, ove necessario, adottare raccomandazioni.

In ambito europeo non sono soltanto gli organismi dell'ordinamento delle comunicazioni elettroniche ad occuparsi delle questioni attinenti alla neutralità di internet. Il 7 ottobre 2011 l'autorità europea di vigilanza sulla privacy (EDPS) ha pubblicato un parere in relazione alla Comunicazione della Commissione del 19 aprile 2011. Le questioni affrontate nel documento riguardano le tecniche di gestione del traffico da parte dei provider che potrebbero violare le norme europee sulla riservatezza delle comunicazioni, giustificando eventualmente l'adozione di linee guida sul rapporto tra *net neutrality* e protezione dei dati personali. Il parere segnala, in particolare, il potenziale impatto negativo di alcune tecniche di gestione delle reti sui diritti fondamentali alla privacy e alla riservatezza dei dati personali, che trovano un fondamento costituzionale sia nelle norme del diritto europeo, sia nazionali. Nel parere, peraltro, è contemplata l'eventualità che alcune tecniche di ispezione utilizzate dagli ISP possano rivelarsi contrarie alle norme già vigenti in maniera di tutela della riservatezza delle comunicazioni e dei dati personali. Sulla base dell'analisi svolta, il documento indica altresì l'esigenza di promuovere un più ampio dibattito su questi temi, che investono il bilanciamento tra diritti fondamentali, e l'adozione di linee guida per gli Stati membri, in relazione a due aspetti in particolare: a) criteri e condizioni in virtù dei quali le pratiche di ispezione dei pacchetti possano ritenersi legittime; b) individuazione dei casi in cui è necessario acquisire il consenso degli interessati, per esempio quando l'attività di monitoraggio riguarda il traffico *peer-to-peer*. Sulla base di questa iniziativa, l'EDPS prospetta un'attività di approfondimento circa l'adozione di norme vincolanti, idonee ad apprestare strumenti di tutela più efficaci e maggiori garanzie di certezza del diritto. In particolare, si segnala l'esigenza di individuare in maniera precisa le conseguenze giuridiche del principio di neutralità della rete e, allo stesso tempo, le misure idonee ad assicurare una reale possibilità di scelta degli utenti, per esempio attraverso una maggiore trasparenza sul ricorso a tecniche di monitoraggio delle comunicazioni da parte degli ISP.

La riflessione intorno al tema della *net neutrality* non si limita all'analisi delle questioni di tutela della concorrenza e dei consumatori che possono giustificare un eventuale intervento regolamentare e sulle possibili forme della regolamentazione. Nel contesto internazionale, infatti, non sono mancate proposte volte a spostare il dibattito dall'arena dei regolatori di settore a quella dei legislatori nazionali ed europeo, seppur in un'ottica progressiva e di complementarietà.

Per quanto riguarda il dibattito interno all'Unione europea, merita rilievo la presentazione al Parlamento UE del rapporto *Network neutrality: challenges and responses in the EU and the US* (26 maggio 2011), commissionato dalla Direzione generale mercato interno della Commissione. Nel rapporto si indica che l'adozione di regole ulteriori – rispetto a quelle già introdotte con le direttive del 2009 in materia di comunicazioni elettroniche – non soltanto non risulta necessaria, ma potrebbe altresì rivelarsi controproducente ai fini dello sviluppo della concorrenza. A fronte di informazioni non univoche sull'entità del ricorso alle tecniche di *traffic management* da parte degli operatori, o sui reali effetti che le differenziazioni di traffico possono produrre sui mercati, il rapporto segnala che non bisogna trascurare gli effetti positivi di tali pratiche ai fini dell'affermazione di nuovi modelli di *business* e sviluppo della concorrenza nei mercati. Facendo seguito a questa iniziativa, peraltro, il 17 novembre 2011 il Parlamento europeo ha approvato una risoluzione su "L'apertura e la neutralità della rete internet in Europa" (B7-0572/2011) che, nel complesso, riconosce l'importanza delle politiche di trasparenza nella tutela del principio di neutralità della rete e, tuttavia, invita la Commissione, il BEREC e le ANR a svolgere un ruolo attivo nel preservare il carattere aperto di internet, anche portando a termine le attività conoscitive e di indagine indicate nei rispettivi programmi di lavoro.

Anche in ambito nazionale si registra una crescente attenzione degli organi legislativi al tema della *net neutrality*. La prima legge a tutela della *net neutrality* è stata adottata in Cile ed è entrata in vigore nel maggio 2011. In Europa, è il Parlamento olandese ad aver introdotto per primo, dopo un vivace dibattito interno all'assemblea, norme di rango legislativo in materia di neutralità di internet. L'emendamento adottato integra la disciplina vigente in materia di telecomunicazioni e stabilisce un divieto generalizzato per gli operatori di reti e gli ISP di limitare o rallentare l'accesso ad applicazioni e servizi su internet, fatte salve alcune eccezioni giustificate da esigenze meritevoli di tutela: (a) minimizzare il congestionamento delle reti gestite in modalità *best effort*; (b) integrità e sicurezza della rete dell'operatore o del terminale utilizzato dal consumatore; (c) limitare l'invio di messaggi e comunicazioni indesiderate, previo consenso espressamente fornito in precedenza dall'utente; (d) in attuazione di norme di legge o ordini del giudice. Ove le misure restrittive dell'accesso ad internet siano rese necessarie per porre fine a una condotta illecita dell'utente, il *provider* è comunque tenuto a darne preventiva comunicazione mediante un messaggio di notifica. Sono inoltre vietate discriminazioni di prezzo fondate sui servizi o le applicazioni rese accessibili dall'operatore. Infine, è ammessa la possibilità di introdurre standard minimi di QoS per l'accesso a internet al fine di prevenire degradazioni del servizio.

Nei mercati dei media, la convergenza tecnologica e di mercato è ormai una realtà consolidata, che pone tuttavia questioni sempre nuove. In Italia e in Francia, i giudici nazionali sono stati chiamati a stabilire la legittimità di normative nazionali che impongono l'estensione del prelievo per l'equo compenso (c.d. "bollino SIAE") anche ai prodotti "polifunzionali" commercializzati da Samsung e Apple, e cioè quelle apparecchiature come *tablet* e *smartphone*, che possono essere utilizzati anche per la registrazione di contenuti diversi da fono-videogrammi (quali dispositivi di telefonia mobile e PC). Negli Stati Uniti, un recente rapporto pubblicato da Strategy Analytics *US & Western Europe Connected TV Owner Survey* ha messo in luce la crescente diffusione della smart Tv connessa alla rete internet e la maggiore propensione degli utenti statunitensi a sfruttare le funzioni internet del proprio televisore rispetto agli europei. Nel rapporto, il ritardo europeo è, in parte, ascritto alla minore disponibilità di un'offerta legale di contenuti audiovisivi *online*, per esempio con servizi a pagamento per il *video-*

streaming di opere cinematografiche, come quelli ampiamente commercializzati negli Stati Uniti dall'offerta integrata di Netflix.

Più in generale, negli ultimi dodici mesi è proseguito il dibattito nazionale e internazionale in relazione ai sistemi di protezione del diritto d'autore per le opere audiovisive distribuite attraverso internet e agli strumenti a disposizione per promuovere lo sviluppo di un'offerta legale in grado di stimolare l'innovazione e la crescita dell'industria in questo settore (Focus 6). Difatti, il tema dell'equo compenso delle opere riprodotte attraverso la rete è solo una delle questioni che legislatori nazionali e regolatori dei mercati sono chiamati ad affrontare. La promozione dell'offerta legale, l'adozione di sistemi di *enforcement* tecnologicamente adeguati a identificare e reprimere le diverse forme di violazione del *copyright* che possono avvenire nel *web*, le modalità di bilanciamento più opportune rispetto ad altri valori e diritti fondamentali connessi, come la libertà di espressione, il diritto alla riservatezza e all'accesso a internet, rappresentano altrettante sfide poste sempre più di frequente all'attenzione delle autorità amministrative competenti per materia. In Italia, l'Autorità ha dedicato grande attenzione al tema, conducendo due consultazioni pubbliche su proposte di una regolamentazione della materia, come previsto dal d.lgs. 44/10, e relazionando due volte al Parlamento nel corso dell'ultimo anno (v. par. 3.2.2.9).

Focus 6 - Scenari internazionali sul diritto d'autore

Al fine di collocare l'azione italiana all'interno del dibattito in corso nel contesto europeo, si forniscono di seguito alcune notazioni sulle principali iniziative adottate nel corso dell'ultimo anno in materia di diritto d'autore in Europa e negli Stati Uniti.

A livello globale, il dibattito sulla tutela del diritto d'autore in internet nel 2011 è stato dominato da due iniziative molto controverse: la definitiva adozione e apertura alla firma del trattato multilaterale ACTA e la presentazione di due proposte di legge al Congresso statunitense.

Il trattato ACTA – Anti-Counterfeiting Trade Agreement – negoziato nell'ambito dell'Organizzazione Mondiale del Commercio ha come obiettivo quello di consentire una maggiore cooperazione internazionale in tema di violazione dei diritti di proprietà intellettuale e una più efficace applicazione a livello internazionale delle norme relative a tale tematica, con lo scopo di combattere la proliferazione di merci contraffatte e usurpative, nonché di servizi che distribuiscono materiale contraffatto. Al negoziato hanno partecipato tutti gli Stati membri dell'UE, oltre all'Unione europea in quanto tale. In data 26 gennaio 2012 in Giappone si è tenuta la cerimonia della firma dell'accordo. Oltre l'Unione europea, hanno sottoscritto il trattato 22 Stati membri, tra cui l'Italia, mentre gli Stati extra UE (Australia, Canada, Giappone, Corea del sud, Marocco, Nuova Zelanda, Singapore e Stati Uniti) l'hanno firmato nell'ottobre 2011. Ogni Stato firmatario dovrà procedere alla ratifica, mentre l'Unione europea necessiterà dell'approvazione da parte del Parlamento europeo.

Negli Stati Uniti è in vigore dal 1998 il *Digital millenium copyright act*, che ha introdotto il sistema di *notice and take down* per i contenuti illeciti. In data 26 ottobre 2011 alla Camera dei rappresentanti statunitense è stata presentata la proposta di legge H.R.3261, denominata *Stop Online Piracy Act* (SOPA), con lo scopo di consentire ai titolari di diritti d'autore statunitensi di agire direttamente per impedire la diffusione di contenuti protetti, con particolare efficacia nei confronti dei siti dediti alla pirateria digitale, anche non soggetti alla giurisdizione americana, potendosi conseguentemente vie-

tare ai motori di ricerca di inserire tali siti nei risultati, agli inserzionisti pubblicitari o ai gestori di servizi di pagamenti d'intrattenere con questi rapporti d'affari e richiedere agli ISP di bloccare l'accesso. Tra le previsioni vi erano altresì proposte di rendere il reiterato *upload* di contenuti diffusi in violazione della normativa a tutela del diritto d'autore un reato punibile con la reclusione.

In data 12 maggio 2011 è pervenuta all'esame del Senato americano un'altra proposta di legge, denominata *Protect Ip Act ovvero Preventing Real Online Threats to Economic Creativity and Theft of Intellectual Property Act* (PIPA). Questa non si proponeva, invece, di modificare le norme relative alla tutela dei marchi o al diritto d'autore, bensì di creare strumenti più incisivi per la lotta alla contraffazione, potenziando gli strumenti contro siti *web*, soprattutto esteri, con strumenti analoghi a quelli previsti dal SOPA, ovvero ordini a operatori di pagamento e fornitori di circuiti pubblicitari ad interrompere i servizi nei confronti del sito segnalato e ai motori di ricerca e agli ISP a non riportare il sito nei risultati di ricerca e ad applicare il blocco di IP e DNS.

In Europa, invece, l'approccio seguito nel Regno Unito, Francia e Spagna si caratterizza per la centralità del ruolo affidato alle autorità amministrative competenti in materia di lotta alla pirateria in internet.

Nel Regno Unito, in virtù dell'adozione del *Digital Economy Act* nel 2010, Ofcom ha il compito di adottare un codice con le disposizioni attuative per l'esecuzione delle disposizioni inerenti le violazioni del copyright. Il 28 maggio 2010 lo schema di codice dell'Ofcom è stato sottoposto a consultazione pubblica che si è conclusa il 30 luglio 2010, ma non sono ancora stati pubblicati gli atti conclusivi. Il *Digital Economy Act* è stato oggetto di contenzioso dinanzi all'*High Court* che il 6 marzo 2012 si è pronunciata nel senso di ritenerlo proporzionato rispetto allo scopo.

Il 1° febbraio 2011 il Dipartimento di Stato competente ha chiesto a Ofcom di esaminare le diverse implicazioni tecniche ed economiche connesse ai meccanismi di blocco degli accessi ai siti, richiesta cui l'autorità inglese ha adempiuto con un documento reso pubblico il 27 maggio 2011. Tale rapporto effettua una disamina delle modalità tecniche in cui è possibile porre rimedio alla diffusione *online* di contenuti protetti da diritto d'autore, illustrando punti di forza e aspetti negativi delle opzioni disponibili, ponendo a raffronto le procedure per la rimozione selettiva, i meccanismi di inibizione dell'accesso, la deindicizzazione dai risultati dei motori di ricerca dei *link* alle pagine che diffondo tali contenuti, il blocco del *domain name system*, in abbinamento o meno all'IP.

L'iniziativa più recente si registra in Spagna, con la c.d. Ley Sinde che prende il nome dal ministro proponente e che consiste in un inserimento della normativa antipirateria informatica nel quadro della più organica "Legge per un'Economia Sostenibile", approvata il 4 marzo 2011. Il provvedimento contempla procedure snelle che consentiranno alla "Commissione sulla proprietà intellettuale", organo amministrativo istituito in seno al Ministero della cultura e suddiviso in due sezioni, di imporre agli ISP l'oscuramento delle pagine *web* che offrono illegalmente contenuti tutelati dai diritti d'autore. L'entrata in vigore della legge era subordinata al varo del relativo regolamento esecutivo, adottato in data 30 dicembre 2011 con entrata in vigore prevista per marzo dell'anno successivo. La citata Commissione avrà il compito di valutare le denunce ricevute da chi ritiene di avere subito la violazione del proprio copyright e se riterrà fondata la denuncia, inviterà gli autori di tale condotta a ritirare, entro 48 ore, i contenuti illegali dalla rete. Viene prevista la possibilità di appellarsi a tale richiesta, producendo le relative prove documentali. Gli autori della denuncia potranno altresì presentare le loro argomentazioni e la Commissione dovrà esprimersi entro tre giorni. Tale risoluzione dovrà poi essere ratificata da un giudice amministrativo, che potrà emettere un'ordinanza per raccogliere i dati degli autori del reato e delle pagine internet illegali e, infine, deliberare sul loro eventuale oscuramento. Recentemente, tale regolamento ese-

cutivo è stato impugnato dinanzi alla Corte Suprema spagnola, essendo stati rilevati dall'associazione di consumatori ricorrente alcuni profili che, a dire di questa, violerebbero il principio costituzionale della libertà di espressione *online*.

L'approccio fondato sull'attribuzione di nuovi poteri alle autorità amministrative non è comunque generalizzato in Europa. Nei Paesi Bassi è stato presentato l'11 aprile 2011 un disegno di legge volto a prevenire la diffusione illegale di contenuti in rete in modo da rafforzare la fiducia nella tutela del diritto d'autore e rafforzare la posizione degli artisti e degli esecutori nelle negoziazioni contrattuali. A tal fine, la materia è stata depenalizzata ed è stata prevista la possibilità di inibire l'accesso anche ai siti stranieri (per quelli nazionali era già possibile) il cui scopo sia la messa a disposizione di materiale illegale una volta fallito ogni tentativo di contatto con il gestore del sito. Tale ordine è disposto con provvedimento del giudice. Oltre alle misure repressive, il pacchetto si articola in una serie di iniziative volte a tutelare la posizione dei titolari dei diritti mediante il rafforzamento degli enti preposti alla raccolta dei compensi per il diritto d'autore, l'imposizione di un sistema di tassazione sui dispositivi di riproduzione dei contenuti che sostituisca l'equo compenso per la copia privata, la semplificazione degli accordi di copyright al fine di tenere il passo con le novità derivanti dai diritti di sfruttamento delle opere in internet e l'incoraggiamento dell'eccezione per il cd. *fair use* al fine di incentivare la diffusione di contenuti creativi senza fini di lucro. Sempre nei Paesi Bassi è intervenuta in materia la giustizia civile, con la Corte dell'Aia che, in data 11 gennaio 2012, ha emanato un'ordinanza con la quale si impone ai due dei principali ISP di inibire l'accesso al sito "The Pirate Bay", oggetto di una similare pronuncia della Corte di Cassazione in Italia. Il giudice olandese ha ritenuto di imporre agli ISP di porre in essere il blocco di IP e DNS ai siti di torrent entro dieci giorni, pena l'irrogazione di una sanzione pecuniaria pari a 10.000 euro per ciascun giorno di inadempienza.

Meritano rilievo, infine, alcune pronunce della Corte di Giustizia dell'Unione europea intervenute nel corso del 2011 che evidenziano i nuovi problemi di carattere tecnologico ed economico posti dalla circolazione delle opere dell'ingegno attraverso reti di comunicazioni elettroniche.

Il 12 luglio 2011, con la sentenza L'Oreal v. eBay (causa C-324/09), la Corte è intervenuta in riferimento alla *vexata quaestio* della responsabilità degli internet provider, interpretando la direttiva 2000/31/CE sul commercio elettronico e riconoscendo che il gestore di un mercato *online* può avvalersi delle deroghe di responsabilità previste dall'art. 14 della direttiva stessa "qualora non abbia svolto un ruolo attivo che gli permette di avere conoscenza o controllo circa i dati memorizzati". La Corte ha inoltre precisato che "[d]etto gestore svolge un ruolo attivo siffatto allorché presta un'assistenza che consiste, in particolare nell'ottimizzare la presentazione delle offerte in vendita di cui trattasi". Tuttavia, anche nel caso in cui questo non abbia svolto un ruolo attivo nel senso sopra indicato, non potrà avvalersi dell'esonero dalla responsabilità prevista nella suddetta disposizione qualora abbia avuto conoscenza di fatti o circostanze comprovanti l'illiceità delle offerte in vendita di cui trattasi e non si sia attenuto all'obbligo di diligenza che impone all'operatore di agire prontamente, conformemente al citato art. 14, comma 1, lett. b). Infine, la Corte europea ha enunciato che l'art. 11 della direttiva 2004/48/CE sul rispetto dei diritti di proprietà intellettuale deve essere interpretato nel senso che gli Stati membri sono tenuti a garantire che gli organi giurisdizionali nazionali competenti in materia di tutela dei diritti di proprietà intellettuale possano ingiungere al gestore di un mercato *online* di adottare provvedimenti che contribuiscano non solo a far cessare le violazioni di tali diritti ad opera degli utenti di detto mercato, ma anche a prevenire nuove violazioni della stessa norma. Tali ingiunzioni devono essere effettive, proporzionate, dissuasive e non devono creare ostacoli al commercio legittimo.

Il 24 novembre 2011, la Corte di Giustizia si è inoltre pronunciata in merito alla causa Scarlet e, in data 16 febbraio 2012, per la causa Netlog. In entrambe le sentenze, il giudice comunitario ha ribadito, *in primis*, la necessità che le autorità e i giudici nazionali, nel contesto delle misure adottate per proteggere i titolari di diritti d'autore, garantiscano un giusto equilibrio tra la tutela di tali diritti e quella dei diritti fondamentali delle persone su cui incidono dette misure, per poi dichiarare di ritenere che l'ingiunzione di predisporre il sistema di filtraggio oggetto della controversia implichi una sorveglianza su tutte le comunicazioni elettroniche realizzate sulla rete del soggetto coinvolto. Tale sorveglianza sarebbe inoltre illimitata nel tempo, riguarda qualsiasi futura violazione e postula che si debbano tutelare non solo opere esistenti, bensì anche opere future, che non sono state ancora create nel momento in cui viene predisposto detto sistema. Pertanto, un'ingiunzione di questo genere causerebbe una grave violazione della libertà di impresa, poiché obbligherebbe l'operatore a predisporre un sistema informatico complesso, costoso, permanente e unicamente a suo carico, il che risulterebbe peraltro contrario alle condizioni stabilite dall'art. 3, n. 1, della direttiva 2004/48/CE, il quale richiede che le misure adottate per assicurare il rispetto dei diritti di proprietà intellettuale non siano inutilmente complesse o costose. La Corte conclude dichiarando di ritenere che l'ingiunzione di predisporre il sistema di filtraggio controverso non rispetti l'esigenza di garantire un giusto equilibrio tra, da un lato, la tutela del diritto di proprietà intellettuale, di cui godono i titolari dei diritti d'autore, e, dall'altro, quella della libertà d'impresa, rilevando, altresì, che il sistema di filtraggio controverso è idoneo a ledere anche i diritti fondamentali dei clienti dell'operatore, ovvero quelli alla tutela dei dati personali e alla libertà di ricevere o di comunicare informazioni loro diritti.

Di seguito (Tabella 1.10) è riportata una selezione delle iniziative di carattere regolamentare adottate a livello europeo e internazionale, di cui si è dato conto nel presente capitolo.

Tabella 1.10. *Selezione delle iniziative regolamentari adottate a livello europeo e internazionale (2011-2012)*

Autore	Titolo del documento	Data
CE	Procedures for notifying and acting on illegal content hosted by online intermediaries (public consultation)	Giugno 2012
CE	EU guidelines for the application of state aid rules in relation to the rapid deployment of broadband networks (public consultation)	Giugno 2012
CE	AVMS directive application (report)	Maggio 2012
BEREC	Guidelines for quality of service in the scope of net neutrality (public consultation)	Maggio 2012
BEREC	Differentiation practices and related competition issues in the scope of net neutrality (draft)	Maggio 2012
BEREC	An assessment of IP-interconnection in the context of net neutrality (public consultation)	Maggio 2012
CE	Assessing State aid for films and other audiovisual works (public consultation)	Aprile 2012
CE	The online distribution of audiovisual works (green paper)	Aprile 2012
CE	EU initiative to reduce the cost of rolling out high speed communication infrastructure in Europe (public consultation)	Aprile 2012
Parl. Eur.	The online distribution of audiovisual works in the European Union (public consultation)	Marzo 2012
OECD	ICT Applications for the Smart Grid: Opportunities and Policy Implications	Gennaio 2012
BEREC	Report on impact of fixed-mobile substitution in market definition (public consultation)	Gennaio 2012
BEREC	Report on special rate services (public consultation)	Gennaio 2012
CE	Towards an integrated European market for card, internet and mobile payments (green paper)	Gennaio 2012
BEREC	Co-investment and SMP in NGA networks (public consultation)	Dicembre 2011
BEREC	Answer to the Commission's questionnaire on non discrimination	Dicembre 2011
BEREC	Broadband promotion (report)	Dicembre 2011
BEREC	Guidelines on transparency in the scope of net neutrality: best practices and recommended approaches	Dicembre 2011
Parl. Eur.	Resolution on the open internet and net neutrality in Europe	Novembre 2011
RSPG	Opinion on review of spectrum use (public consultation)	Novembre 2011
CE	Proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on roaming on public mobile communications networks within the Union	Luglio 2011

Legenda: CE - *Commissione europea*; BEREC - *Body of European Regulators for Electronic Communications*; Parl. Eur. - *Parlamento europeo*; OECD - *Organisation for Economic Co-operation and Development*; RSPG - *Radio Spectrum Policy Group*
Fonte: Autorità

Il settore delle comunicazioni in Italia

2.1. Le telecomunicazioni

In una cornice di progressivo deterioramento del quadro macroeconomico, il 2011 ha visto confermare la tendenza, ormai osservata già da qualche anno, alla contrazione del mercato delle telecomunicazioni, sia su rete fissa che mobile.

In tale contesto, gli elementi che meglio qualificano l'andamento del mercato delle telecomunicazioni italiane, nel 2011, non evidenziano sostanziali mutamenti rispetto a quanto registrato nell'ultimo biennio. Tali elementi possono riassumersi come segue:

i) continua la riduzione della spesa di famiglie e imprese in servizi di telecomunicazione, in misura leggermente più accentuata rispetto al 2010;

ii) costante è la riduzione dei prezzi dei servizi di telecomunicazione a beneficio della clientela residenziale e di quella affari, sia nella rete fissa che in quella mobile;

iii) prosegue la contrazione delle chiamate vocali su rete commutata, con una riduzione dell'11,7% nel numero di minuti consumati, mentre il traffico voce originato dalle reti mobili è cresciuto di un ulteriore 10% nell'ultimo anno;

iv) la diffusione dei servizi *broadband* su rete fissa e mobile ha prodotto una ulteriore crescita degli introiti derivanti da servizi dati;

v) cresce ancora, ma con segnali di saturazione del mercato di riferimento, il comparto della telefonia mobile virtuale;

vi) dal lato degli assetti concorrenziali, prosegue l'erosione della quota di mercato complessiva di Telecom Italia;

vii) nello scorso autunno si è svolta la gara per l'assegnazione di diritti d'uso delle frequenze nelle bande 800, 1.800, 2.000 e 2.600 MHz, che ha portato ad un impegno complessivo degli operatori mobili per 3,9 miliardi di euro;

viii) d'altra parte, è confermata la riduzione degli investimenti in infrastrutture[9];

ix) la redditività lorda del settore è sostanzialmente stabile anche grazie alla continue azioni di ristrutturazione e contenimento dei costi operate dalle imprese di telecomunicazione.

Tali linee di tendenza sono costantemente monitorate dall'Autorità che, dallo scorso mese di ottobre, fornisce un ulteriore strumento di conoscenza del settore per mezzo della pubblicazione, sul proprio sito *web*, dello "Osservatorio trimestrale sulle telecomunicazioni", con l'obiettivo di proporre agli *stakeholder* una visione di sintesi sul quadro congiunturale dei mercati delle telecomunicazioni. L'Osservatorio traccia l'andamento dei principali indicatori (abbonati, ricavi, quote di mercato, ecc.) che caratterizzano i mercati di rete fissa e mobile, inclusi i servizi *broadband*, sulla base dei dati forniti direttamente dalle imprese di telecomunicazione, al fine di contribuire a una migliore comprensione delle dinamiche di mercato e concorrenziali in atto nel settore italiano delle telecomunicazioni. I dati elaborati nell'Osservatorio concorrono peraltro alla rappresentazione dell'evoluzione del settore registrata nel corso degli ultimi dodici mesi, di seguito proposta.

9 I dati che verranno in seguito evidenziati non tengono conto delle risorse impegnate dagli operatori mobili per l'acquisizione delle frequenze in banda 800, 1.800, 2.000 e 2.600 Mhz, la cui asta si è svolta nello scorso settembre.

Il settore delle telecomunicazioni nel contesto macroeconomico

L'andamento dell'economia italiana nel 2011 è risultato stagnante, in termini reali, sia con riferimento al PIL (+0,5%) che ai consumi delle famiglie (+0,4%) a cui ha corrisposto una leggera crescita dei principali indicatori macroeconomici, espressi a valori correnti. Nel confronto con quanto registrato nel 2010, mentre per i consumi familiari il trend di crescita risulta nella sostanza stabile, i tassi di variazione tendono invece a ridursi per il PIL e soprattutto per gli investimenti (Tabella 2.1)[10].

Tabella 2.1. *L'economia italiana nel 2010-2011*

	Miliardi di euro (valori correnti)		Variazioni in %	
	2010	**2011**	**2010**	**2011**
Prodotto Interno Lordo	1.553	1.580	2,2	1,7
Spesa delle famiglie	935	963	2,7	2,9
Investimenti*	148	150	10,7	1,4

** Al netto dei mezzi di trasporto e delle costruzioni*
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Istat

In siffatto quadro, l'andamento delle telecomunicazioni in Italia ha visto confermare nel 2011 le flessioni già osservate nel biennio precedente, e di conseguenza si registra una leggera riduzione del peso del settore rispetto alle principali grandezze macroeconomiche (Tabella 2.2).

Tabella 2.2. *Incidenza delle telecomunicazioni nell'economia (2010-2011, in %)*

	2010	**2011**
Ricavi (Servizi complessivi TLC /PIL)	2,71	2,57
Investimenti (TLC/Investimenti complessivi)	4,16	3,98
Spesa famiglie (TLC/spesa complessiva)	2,31	2,21

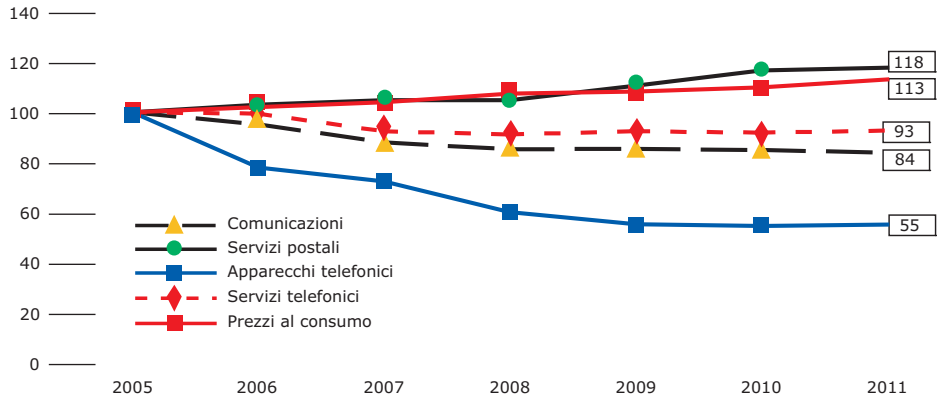
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali ed Istat

Anche il 2011 ha visto confermare il trend strutturale di riduzione nei prezzi di servizi e terminali nelle comunicazioni in generale[11] e nelle telecomunicazioni fisse e mobili in particolare (-0,9%), determinando un ulteriore ampliamento della "forbice" rispetto all'andamento generale dei prezzi di beni e servizi (Figura 2.1).

10 Fonte: Istat, "Conti economici trimestrali", ed. 12 marzo 2012, dati base disponibili all'indirizzo http://www.istat.it/it/archivio/56329. Le variazioni percentuali relative all'anno 2010 indicate in tabella sono state calcolate in termini omogenei con la nuova serie storica pubblicata dall'Istat e ciò spiega – relativamente all'anno 2010 – le difformità dei corrispondenti valori pubblicati nella tabella 2.2 della scorsa Relazione al Parlamento.

11 I dati si riferiscono alle sottoclassi che compongono la classe di servizi "Codice 08" (Comunicazioni) presente nel paniere dei prezzi al consumo definito dall'Istat per il 2011, e cioè dai servizi postali (6% del totale), dai terminali di rete fissa e mobile (18%) e dai servizi di telefonia fissa e mobile (76%).

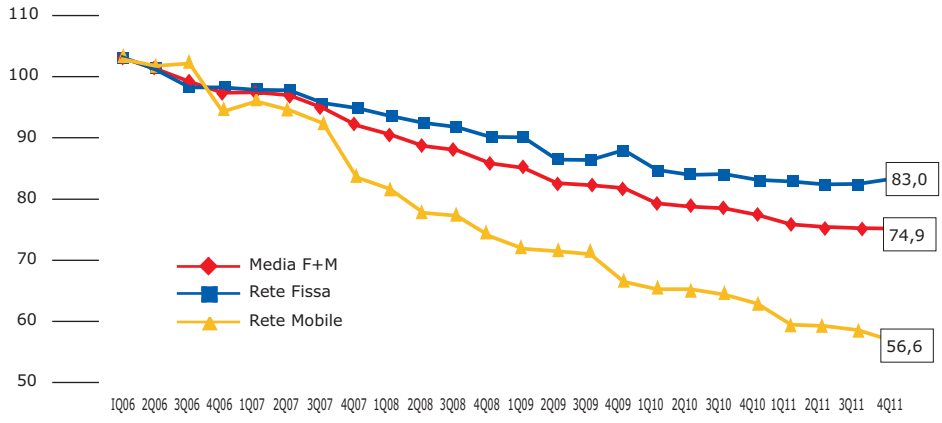
Figura 2.1. *Comunicazioni e prezzi al consumo: dinamiche a confronto (2005=100)*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Istat

Come già illustrato nella Relazione annuale 2011, oltre che dal lato delle famiglie, gli effetti della riduzione dei prezzi dei servizi di telecomunicazione su rete fissa e mobile si riflettono anche sull'andamento dello specifico indice dei prezzi alla produzione, dove tra il primo trimestre del 2006 ed il quarto del 2011 si evidenzia una riduzione media del 25%, con i servizi su rete fissa in flessione di oltre il 17% e quelli mobili, corrispondentemente, di circa il 44% (Figura 2.2)[12].

Figura 2.2. *Indice dei prezzi alla produzione dei servizi di telecomunicazione (media 2006=100)*

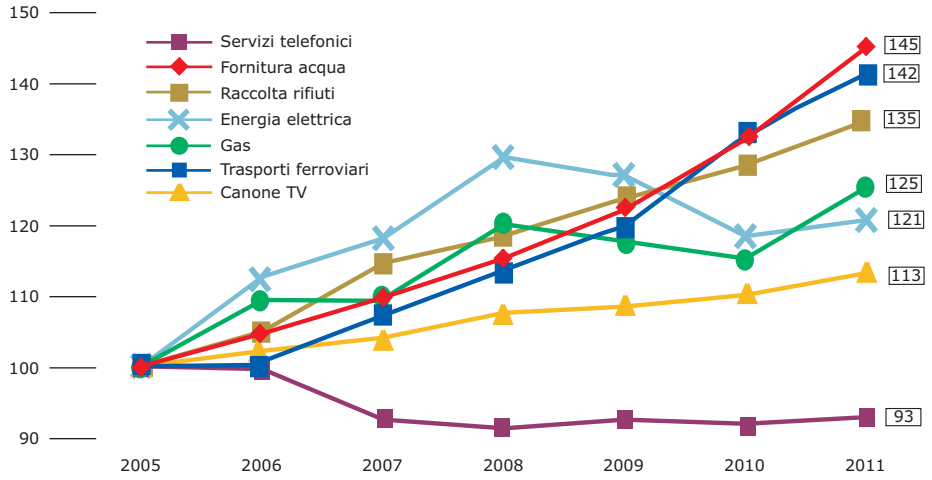


Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Istat

12 Fonte: Istat, "Gli indici dei prezzi alla produzione dei servizi postali e di telecomunicazione", 29 marzo 2012. La rilevazione "...fornisce le informazioni utilizzate per il calcolo del relativo indice dei prezzi dell'*output*, che misura l'evoluzione dei prezzi dei servizi *business* venduti da operatori che forniscono servizi di telecomunicazione ad imprese di altri settori e alla Pubblica Amministrazione".

L'evoluzione tecnologica e la progressiva liberalizzazione del mercato hanno nel tempo garantito una continua e costante flessione dei prezzi nel comparto delle telecomunicazioni, comparto peraltro meno influenzato di altri dall'andamento congiunturale di fattori esogeni come, ad esempio, i prodotti energetici. Il settore delle telecomunicazioni, pertanto, si conferma come l'unico, tra i principali mercati di servizi regolamentati, a registrare una riduzione dei prezzi rispetto al 2005 (Figura 2.3).

Figura 2.3. *Dinamiche delle principali tariffe pubbliche (2005=100)*

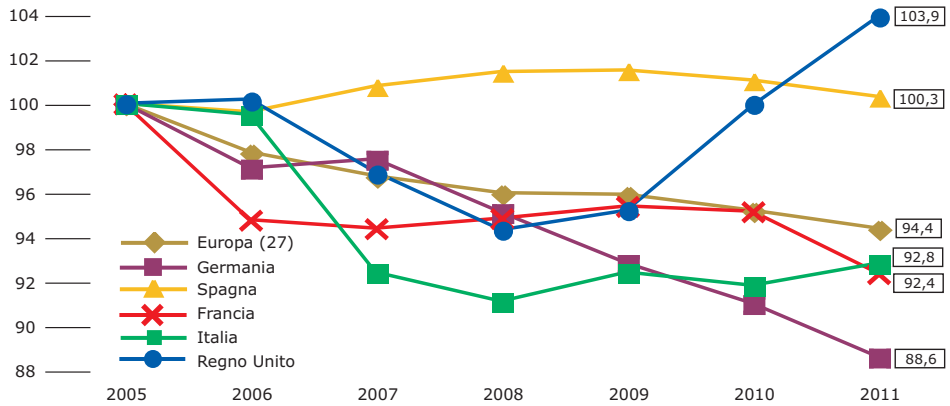


Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Istat

Positive indicazioni vengono anche dal confronto sia con l'Europa complessivamente considerata che con i principali Stati membri dell'UE (Figura 2.4)[13]. Tra il 2005 e il 2011, la flessione registrata dall'Italia (-7,2%) risulta maggiore della media europea (-5,6%), ed è sostanzialmente allineata a quella registrata in Francia. Tra i paesi considerati, la Germania (-11,4%) ha ottenuto risultati migliori, mentre in Spagna e soprattutto nel Regno Unito si può osservare un leggero aumento nel livello dei prezzi.

13 I dati contenuti nella Figura 2.4 sono stati estratti dal sito di Eurostat all'indirizzo http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/setupModifyTableLayout.do e fanno riferimento alla categoria di servizi COICOP-CPO083 ("*Telephone and telefax services*"). I dati relativi al Regno Unito fanno riferimento all'intero paniere "Communications" (COICOP-CP08).

Figura 2.4. *Dinamica dei prezzi nelle telecomunicazioni in Europa (2005=100)*



Fonte: Eurostat

Le dinamiche del settore

Nel 2011 è proseguita la contrazione dei ricavi lordi[14] conseguiti dagli operatori di telecomunicazione (-3,7% a fronte del -3,4% del 2010), con la rete fissa che registra una contrazione superiore a quella rilevata per la rete mobile (Tabella 2.3)[15].

Tabella 2.3. *Telecomunicazioni fisse e mobili – Ricavi lordi (miliardi di euro)*

	2010	2011	Var % '11/'10
Rete fissa	20,23	19,45	-3,9
Rete mobile	21,92	21,14	-3,6
Totale	42,16	40,59	-3,7

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

14 I ricavi lordi sono dati dalla somma della spesa finale della clientela residenziale e affari e dai ricavi da servizi intermedi forniti ad altri operatori. Le informazioni di carattere economico contenute nelle tabelle e nelle figure nel presente capitolo, salvo diversa indicazione, includono anche i dati relativi agli operatori mobili virtuali.

15 I dati relativi alle telecomunicazioni su rete fissa e mobile, salvo diversa indicazione, considerano le seguenti imprese: Brennercom, BT Italia, Cable & Wireless, Colt, Eutelia, Fastweb, H3G, Infracom Italia, Teletu, OkCom, Orange Business Italy, Retelit, Telecom Italia, Tiscali, Verizon Italia, Vodafone NV, Welcome Italia e Wind, nonché A-Mobile (Auchan), Carrefour Italia Mobile, Coop Italia, Daily Telecom, ErgMobile, Noverca, Poste Mobile. Ai fini di una più esaustiva rappresentazione del mercato, sono stati stimati i dati di ricavo delle imprese di minori dimensioni per le quali non si disponeva di informazioni di dettaglio, anche sulla base di indicazioni emerse da una specifica analisi condotta sui bilanci civilistici di circa 70 imprese, relativi all'esercizio 2010.
Con riferimento all'anno 2010, sia per la tabella in oggetto che per quelle successive, si evidenzia come i dati non siano completamente omogenei e pertanto non direttamente confrontabili con quanto corrispondentemente indicato nella scorsa Relazione Annuale. Ciò in quanto le imprese hanno a volte operato integrazioni e ri-classificazioni dovute sia a variazioni ed integrazioni nelle metodologie di calcolo adottate che, in qualche caso, a mutamenti dei perimetri di attività economica aziendale. Ciò ha pertanto portato ad aggiustamenti in termini di importi economici, in qualche caso, di entità anche non marginale. Inoltre, nelle tabelle che seguono, nel caso di dati espressi in valore, per mere ragioni di arrotondamento, la somma dei decimali relativi ai singoli addendi potrebbe non essere uguale a quello relativo al risultato complessivo.

Analizzando distintamente le due componenti del settore, la spesa a livello *retail* degli utenti residenziali e affari (Tabella 2.4) e i ricavi da servizi intermedi forniti ad altri operatori (Tabella 2.5), nella prima si osserva una riduzione degli introiti della rete fissa sensibilmente maggiore di quanto riscontrato per la rete mobile (rispettivamente -3,9% e -1,4%), mentre con riferimento ai ricavi intermedi – che flettono in media del 7,6%, in analogia a quanto rilevato per il 2010, ma in misura meno accentuata – è la rete mobile a registrare la riduzione di maggiore ampiezza (-11,6% contro il -3,6% della rete fissa).

Tabella 2.4. *Spesa finale degli utenti residenziali e affari (miliardi di euro)*

	2010	2011	Var % '11/'10
Rete fissa	15,38	14,78	-3,9
Rete mobile	17,17	16,94	-1,4
Totale	32,56	31,72	-2,6

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Le motivazioni alla base dei due differenti andamenti sono in gran parte riconducibili a quanto illustrato lo scorso anno.

In particolare, nella rete fissa risultano in flessione i ricavi da servizi di originazione, terminazione e transito, a seguito sia degli effetti regolamentari di cui alle delibere nn. 179/10/CONS, 180/10/CONS e 117/11/CIR, che dei minori volumi di minuti di traffico. Allo stesso tempo, alcune tipologie di ricavi *wholesale* legate a canoni e contributi da servizi di accesso (come ad esempio ULL, *virtual* ULL, *shared access*, WLR, *bitstream* e *naked* DSL) aumentano sia per effetto della crescita nel numero delle linee *wholesale* acquistate dalle imprese concorrenti di Telecom Italia che in virtù degli aumenti previsti, oltre che nella delibera n. 14/09/CIR, anche nelle delibere 158/11/CIR (approvazione offerta di riferimento *bitstream*), 89/11/CIR e 148/11/CIR (offerta di riferimento ULL) e 88/11/CIR (servizi WLR)[16].

Nonostante l'aumento dei volumi di traffico, i ricavi *wholesale* della rete mobile flettono, in particolare, per gli effetti della riduzione dei prezzi unitari della fornitura dei servizi di terminazione delle chiamate vocali su rete mobile imposti a partire dal 1° luglio 2011 (cfr. art. 12 della delibera n. 667/08/CONS), flessioni che su base annua risultano superiori al 20%[17].

Tabella 2.5. *Ricavi da servizi intermedi (miliardi di euro)*

	2010	2011	Var % '11/'10
Rete fissa	4,85	4,67	-3,6
Rete mobile	4,75	4,20	-11,6
Totale	9,60	8,87	-7,6

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

16 Nel corso del 2011 la consistenza degli accessi *Full Unbundling*, *Virtual Unbundling*, *Shared Access*, *DSL Naked* e *Wholesale Line Rental* è cresciuta di circa 270.000 linee rispetto al 31 dicembre 2010.

17 Valore stimato attraverso la ponderazione delle specifiche riduzioni percentuali previste per i singoli operatori mobili per le rispettive "quote di mercato" nei minuti di traffico terminati nel 2011 sulla propria rete all'ingrosso per servizi di terminazione dovuti a chiamate da altre reti mobili.

La spesa finale per categoria di clientela mostra risultati differenziati a seconda sia del mercato di riferimento (clientela residenziale/affari) che del tipo di infrastruttura considerata (rete fissa/mobile) (Tabella 2.6). Tutti i segmenti considerati si caratterizzano, tuttavia, per una contrazione dei ricavi.

Sia nella rete fissa che in quella mobile la flessione registrata dalla componente affari appare maggiore rispetto a quella che si può osservare per l'utenza residenziale, dove la contenuta riduzione registrata nella spesa destinata ai servizi mobili (-0,9%) appare legata soprattutto, come verrà illustrato con maggiore dettaglio in seguito, alla crescita degli introiti da servizi dati in mobilità.

Tabella 2.6. *Spesa finale per categoria di clientela (miliardi di euro)*

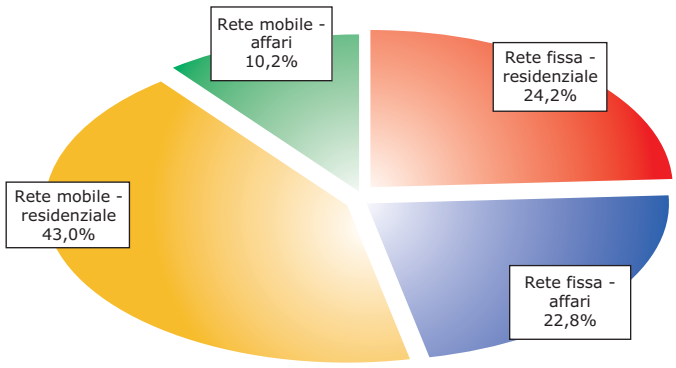
	2010	2011	Var % '11/'10
Rete fissa	15,38	14,78	-3,9
- Residenziale	7,84	7,68	-2,0
- Affari	7,54	7,10	-5,9
Rete mobile	17,17	16,94	-1,4
- Residenziale	13,74	13,62	-0,9
- Affari	3,43	3,31	-3,4
Rete fissa e mobile	32,56	31,72	-2,6
- Residenziale	21,58	21,30	-1,3
- Affari	10,97	10,41	-5,1

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Nel 2011 il segmento residenziale, rappresentando circa il 52% dei ricavi su rete fissa e oltre l'80% di quelli su rete mobile, si conferma quale principale componente dei consumi finali, in leggera crescita dal 66,3% del 2010 al 67,2% del 2011.

Nella Figura 2.5 è indicata – per il complesso dei servizi di telecomunicazione – la ripartizione della spesa finale per tipologia di servizio/clientela.

Figura 2.5. *Spesa finale per tipologia di rete e clientela (2011, in %)*



Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Gli investimenti in immobilizzazioni (Tabella 2.7) hanno subito una flessione nell'ordine del 3%, relativamente più accentuata nella rete fissa, in cui una non marginale flessione degli investimenti da parte di Telecom Italia è stata parzialmente compensata da un aumento da parte di altri operatori e, in particolare, di Wind e Fastweb.

Tabella 2.7. *Investimenti in immobilizzazioni (milioni di euro)*

	2010	2011	Var % '11/'10
Rete fissa	3.650	3.507	-3,9
- di cui OLO	1.392	1.472	5,7
% OLO	38,1	42,0	
Rete mobile*	2.500	2.459	-1,6
Totale	6.150	5.966	-3,0
% rete fissa	59,3	58,8	
% rete mobile	40,7	41,2	

* I dati non comprendono le risorse impegnate dagli operatori mobili per l'acquisizione delle frequenze in banda 800, 1.800, 2.000 e 2.600 Mhz.
Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Nella rete mobile si osserva, una flessione meno intensa (-1,6%) rispetto a quanto osservato per quella fissa. Tale risultato, peraltro analogo a quanto già evidenziato lo scorso anno, appare legato alla necessità di adeguare le infrastrutture di rete al crescente fabbisogno trasmissivo legato alla crescita del traffico dati.

A tal proposito, il 2011 è stato contraddistinto dalle procedure di assegnazione del c.d. dividendo digitale che ha comportato un notevole sforzo finanziario per le imprese del settore: infatti, lo scorso settembre si è svolta la gara per l'assegnazione dei diritti d'uso – con disponibilità per le imprese a partire dal 1° gennaio 2013 – delle frequenze 800, 1.800, 2.000 e 2.600 Mhz, che ha prodotto un introito complessivo nelle casse dell'Erario, al netto di oneri accessori, pari a 3.945 milioni (cfr. Tabella 2.8).

Tabella 2.8. *Assegnazione diritti d'uso delle frequenze 800, 1.800, 2.000 e 2.600 MHz*

Banda	Operatore	Importo (mln €)
800_s	Wind	481,7
800_g	Vodafone	992,4
	Telecom Italia	992,2
	Wind	496,0
1800_g	Vodafone	159,1
	Telecom Italia	159,0
	H3G	158,9
2600_b	H3G	37,2
2600_c	H3G	36,8
2600_g	Telecom Italia	109,1
	Vodafone	108,2
	Wind	108,4
	H3G	72,4
2600_s	Wind	33,8
Totale		3.945,3
- Telecom Italia		*1.260,3*
- Vodafone		*1.259,7*
- Wind		*1.119,9*
- H3G		*305,4*

Fonte: Ministero dello sviluppo economico

La redditività delle imprese, nel 2010 ha registrato un marginale rafforzamento, con il margine operativo lordo che è risultato mediamente pari al 40,7% dei ricavi (40,5% nel 2009), mentre per il 2011 alcune stime riferite ai principali attori del mercato, forniscono indicazioni per una ulteriore lieve crescita[18]. Il miglioramento dei margini delle imprese, in un contesto di riduzione dei ricavi unitari, è stato possibile fra l'altro attraverso intensi processi di riorganizzazione che riguardano principalmente l'occupazione diretta, che è in continua riduzione (-5,8% nel 2010).

Guardando al posizionamento dei principali operatori nel settore *retail* dei servizi di telecomunicazione, Telecom Italia perde poco più dell'1%, che viene equamente distribuito nei guadagni osservati per Vodafone e Wind (+0,7% ciascuno), mentre flessioni marginali sono registrate per Fastweb, H3G e BT Italia.

La crescita nelle quote delle imprese minori (+0,4%) è dovuta soprattutto all'aumento dei ricavi degli operatori mobili virtuali, mentre il peso degli operatori di rete fissa di minori dimensioni rimane sostanzialmente costante, intorno al 3,5% (Tabella 2.9).

Tabella 2.9. *Spesa finale degli utenti di rete fissa e mobile per operatore (%)*

	2010	**2011**
Telecom Italia	48,6	47,4
Gruppo Vodafone	21,3	22,0
Wind	13,8	14,4
Fastweb	5,1	4,9
H3G	4,2	4,1
BT Italia	2,7	2,7
Altri	4,2	4,5
Totale	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Come già evidenziato nelle scorse Relazioni al Parlamento, la sempre maggiore complessità che caratterizza il *pricing* delle offerte di servizi di telecomunicazione su rete fissa e mobile rende assai problematico valutare in termini omogenei l'andamento dei ricavi unitari che, seppure indirettamente, rappresentano i prezzi praticati sui mercati *retail*.

Ciò premesso, nella Tabella 2.10, con esclusivo riferimento ai servizi di fonia vocale, si fornisce una stima circa l'andamento, per la telefonia fissa e mobile, della variazione percentuale dei ricavi unitari osservati nei segmenti residenziale e affari.

In particolare, nel 2011, si osserva una riduzione media dell'8,3%, frutto di due tendenze di segno opposto. Nella rete fissa si osserva una crescita del 2,7%, che è frutto di una riduzione del traffico vocale (-10.1%) di intensità superiore alla contrazione dei corrispondenti ricavi (-7,7%), in parte spiegata dalla rimodulazione tariffaria adottata da Telecom Italia con decorrenza 1° luglio 2011.

18 I dati su redditività e occupazione nel 2010 fanno riferimento all'analisi del conto economico del bilancio d'esercizio 2010 di circa 70 imprese che offrono, con riferimento alla totalità (o meno) dei ricavi, servizi di telecomunicazione (rete fissa, mobile, mvno, wimax). Le stime per il 2011 sono ricavate sulla base di informazioni inerenti a BT Italia, Eutelia, Fastweb, H3G, Tiscali, Telecom Italia, Teletu, Vodafone, Wind.

La consistente flessione dei ricavi unitari nella rete mobile (-15,1%) sembra testimoniare sia la forte focalizzazione su offerte *bundled* voce-dati, e su soluzioni orientate al rafforzamento, con specifiche agevolazioni, della fidelizzazione della propria *customer base*. A tal riguardo, si osserva che i ricavi da chiamate vocali "on net" flettono nel 2011 del 7,3%, mentre il corrispondente traffico cresce del 9,5%.

Tabella 2.10. *Andamento dei ricavi unitari nei servizi di fonia (2011/2010, variazione %)*

	Residenziale	Affari	Res. + Aff.
Rete fissa [19]	1,4	4,6	2,7
Rete mobile [20]	-16,4	-9,4	-15,0
Media F+M	-10,5	-1,7	-8,2

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Con riferimento ai servizi dati[21], considerata la difficoltà di raccogliere informazioni tra loro omogenee a causa dei differenti sistemi di rilevazione adottati dai diversi operatori, come noto, risulta arduo predisporre – con sufficiente affidabilità – specifici indicatori in materia. Ciononostante, stime prudenziali portano a ritenere che i ricavi medi unitari delle imprese, per GB di traffico dati in upload e download, si siano ridotti nel corso del 2011 nell'ordine del 30%, attestandosi a circa 2,1 €/GB mensili[22].

Rete fissa

Anche nel 2011 sono state confermate le tendenze, già registrate negli scorsi anni, circa la strutturale flessione degli introiti complessivi delle imprese che offrono servizi di telecomunicazione in postazione fissa, diminuiti del 3,9% (Tabella 2.11).

L'andamento delle due principali componenti, ossia i servizi su rete commutata e su larga banda, mostra per la prima una flessione (-6,5%) che risulta meno intensa rispetto allo scorso anno (-8,4%). Allo stesso tempo, tende a rallentare – anche a causa del rallentamento nella crescita della *customer base* – il tasso di crescita degli introiti da servizi a larga banda, che registra in ogni caso un valore positivo, benché in misura ridotta rispetto all'anno precedente (+3,0% vs +6,8 del 2010).

19 I valori sono costruiti avendo come riferimento i dati delle sole imprese per le quali si dispone di informazioni di dettaglio e sono relativi alla fonia vocale su rete commutata con riguardo – per ricavi e traffico – alle direttrici locali e nazionali di rete fissa, internazionale e verso reti mobili. Sono esclusi i ricavi da servizi a larga banda i quali, spesso offerti con modalità bundle voce + dati, contribuiscono in misura non marginale alla riduzione dei ricavi e dei volumi da servizi di fonia vocale sulla sola rete commutata. È esclusa altresì la telefonia pubblica.

20 Sono stati considerati ricavi e minuti di traffico vocali relativi alle chiamate verso rete mobile (*off net* e *on net*), rete fissa nazionale e reti internazionali.

21 Per ricavi da servizi dati si intendono gli introiti da accesso e navigazione internet, SMS, MMS ed altri video originati da terminali d'utente, servizi di mobile tv.

22 Nel calcolo sono inclusi gli introiti da SMS, MMS, accesso e navigazione internet, servizi mobile tv, altri contenuti generati da terminali d'utente. Sono esclusi dal calcolo gli MVNO.

Tabella 2.11. *Rete fissa – Spesa degli utenti per tipologia di servizi (miliardi di euro)*

	2010	2011	Var % '11/'10
Servizi finali su:	11,98	11,61	-3,1
- rete commutata[23]	7,74	7,23	-6,5
- reti a larga banda[24]	4,25	4,38	3,0
Altri servizi dati[25]	0,57	0,52	-9,7
Altri ricavi[26]	2,83	2,65	-6,2
Totale	15,38	14,78	-3,9

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Con riferimento ai servizi a larga banda per tipologia contrattuale (Tabella 2.12), è continuata anche nel 2011 la progressiva diffusione delle offerte *flat*, che ormai rappresentano oltre il 72% dei contratti stipulati per l'acquisto di servizi *broadband*, mentre le offerte specificamente a consumo risultano di poco superiori all'11%[27].

Tabella 2.12. *Tipologie contrattuali dei servizi broadband (%)*

	2010	2011
Flat	71,1	72,3
Semiflat	17,0	16,5
Consumo	11,9	11,2
Totale	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Prosegue la contrazione del traffico su rete commutata, con una riduzione dell'11,7% nel numero di minuti consumati: la flessione nei consumi interessa tutte le direttrici (Tabella 2.13), a testimonianza di un generale arretramento della domanda di servizi di comunicazione vocale su rete fissa. La riduzione del traffico per chiamate "internet dial-up" e verso numerazioni internazionali sembra principalmente dovuta ad un effetto di sostituzione con i servizi a larga banda, mentre la contrazione delle chiamate verso reti mobili può invece scontare l'effetto sostituzione con soluzioni di comunicazione mobile.

23 Sono inclusi introiti da servizi di accesso, da fonia (locale, nazionale, internazionale, fisso-mobile), internet *dial up*, ricavi netti da servizi a numerazione non geografica e da telefonia pubblica.

24 Sono inclusi canoni e servizi a consumo.

25 Sono inclusi servizi commutati di trasmissione dati e circuiti diretti affittati a clientela finale (esclusi OLO).

26 Sono inclusi ricavi da vendita/noleggio di apparati, terminali e accessori e da tutte le altre tipologie di ricavo non espressamente considerate in precedenza.

27 Il perimetro delle attività considerate nell'ambito dell'analisi per categorie contrattuali, fanno riferimento, per gli OLO, agli accessi Full ULL, xDSL Bitstream, Shared Access, Wholesale Line Rental, FTTH, linee affittate. Gli scostamenti rispetto a quanto evidenziato lo scorso anno sono dovuti a diverse modalità di classificazione adottate da alcune imprese.

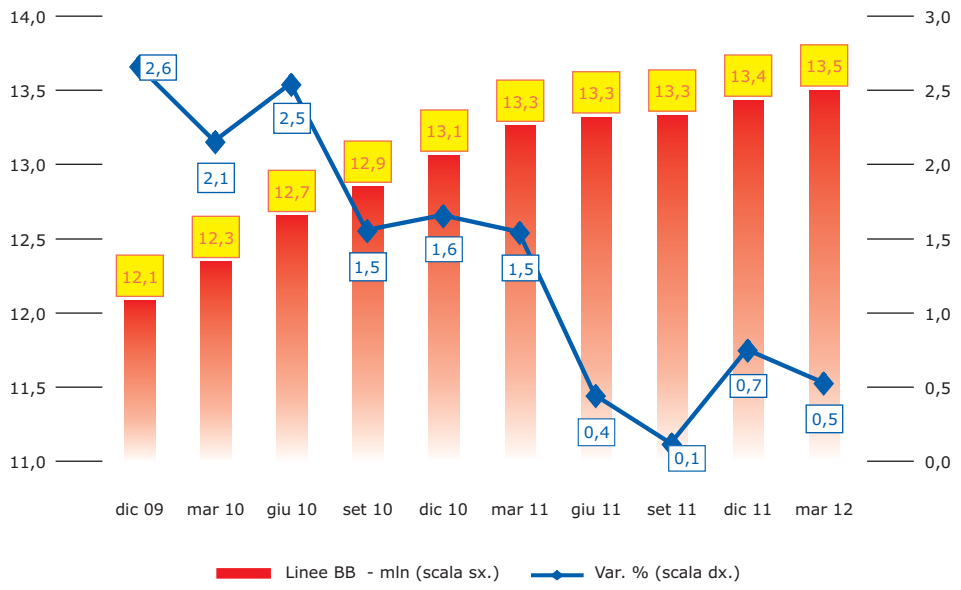
Tabella 2.13. *Traffico su rete fissa commutata per direttrice (miliardi di minuti)*

	2010	2011	Var % '11/'10
Locale	44,35	40,63	-8,4
Internet dial up	4,05	2,17	-46,5
Nazionale	31,09	27,71	-10,9
Internazionale	3,45	2,59	-25,1
Reti Mobili	12,08	10,85	-10,2
Telefonia pubblica	0,13	0,10	-22,8
Totale	95,16	84,05	-11,7

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

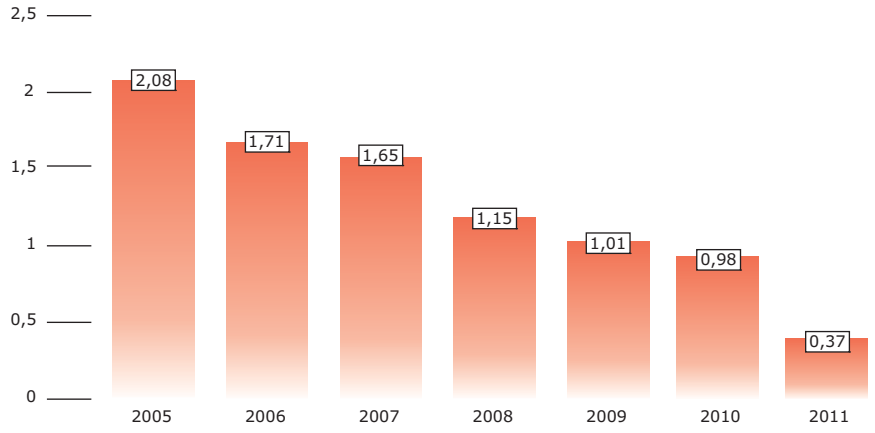
Prosegue la crescita degli accessi *broadband* (Figura 2.6 e Figura 2.7) che a fine 2011 hanno raggiunto i 13,4 milioni (13,5 milioni a marzo 2012), con una crescita netta nell'anno intorno ai 370.000 accessi, confermando un progressivo rallentamento nella diffusione degli accessi *broadband*.

Figura 2.6. *Accessi a larga banda su rete fissa (dic. 2009-mar. 2012)*



Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Figura 2.7. *Incrementi netti degli accessi a larga banda (2005-2011, in milioni)*



Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Si stima che il traffico dati veicolato sulle reti di telecomunicazione in postazione fissa abbia raggiunto nel 2011 poco meno di 3.200 petabyte, con una crescita in termini omogenei di poco inferiore al 15% rispetto ai livelli raggiunti nel 2010. Nello stesso periodo, come visto, è aumentato il numero di utilizzatori delle reti di accesso a banda larga. Pertanto, si può valutare intorno al 9% la crescita del traffico dati "procapite" per abbonato *broadband*[28]. Tra i fattori che sostengono questa crescente domanda di capacità vi è la continua crescita degli utenti internet ma, soprattutto, la crescente diffusione di sempre più sofisticati servizi e applicazioni, nonché l'evoluzione delle modalità di fruizione della rete. Basti pensare, al riguardo, all'esponenziale aumento degli utenti dei *social network* e delle piattaforme di distribuzione dei contenuti, quale *youtube*, registrato negli ultimi anni[29].

Contestualmente, continua l'*upgrade* dei collegamenti a larga banda forniti agli utenti finali, con il progressivo aumento delle velocità di trasmissione (Tabella 2.14). A fine 2011, rispetto al 2010, la quota di accessi con capacità maggiore di 2 Mbit/s è cresciuta nel complesso dall'80,8% all'86,5%, mentre per i soli OLO i corrispondenti valori passano da poco meno del 90% al 92,4% circa.

Tabella 2.14. *Accessi a larga banda per classe di velocità nominale (%)*

	2010		2011	
	OLO	OLO+TI	OLO	OLO+TI
>144Kbps ≤2 Mbps	10,3	19,2	7,6	13,5
>2Mbps <10Mbps	80,9	72,4	82,0	78,2
≥ 10 Mbps	8,8	8,4	10,4	8,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

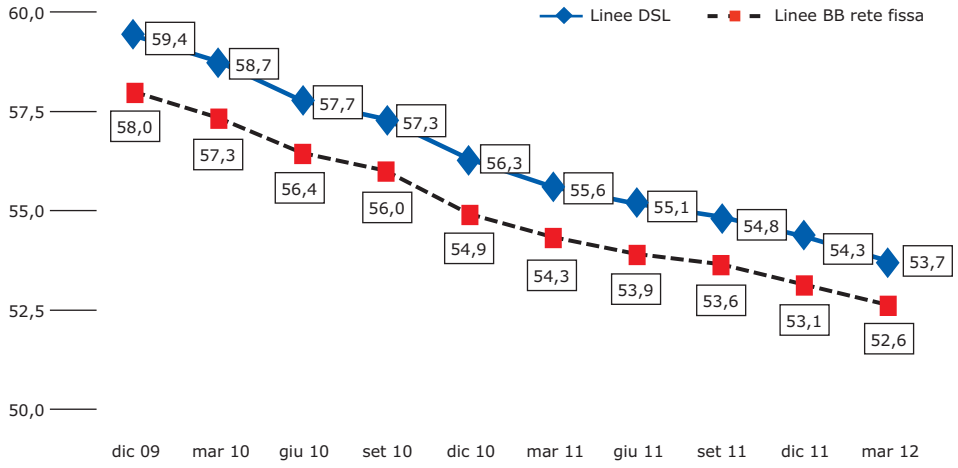
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

28 Relativamente agli abbonati *broadband* medi annui del 2010 e 2011.

29 Al riguardo è stato ad esempio stimato che su Youtube ogni minuto vengono caricate 60 ore di video, un'ora al secondo, fonte: http://www.youtube.com/t/press_statistics, 10.5.2012.

Avuto riguardo alla posizione nel mercato *retail* delle imprese che forniscono i servizi a banda larga, si rileva come la quota di mercato di Telecom Italia, espressa in termini di linee *broadband*, continui a diminuire, pur restando sopra la soglia del 50% (Figura 2.8)[30].

Figura 2.8. *Quote di mercato di Telecom Italia nei servizi a larga banda* retail *(dic. 2009 - mar. 2012, in %)*

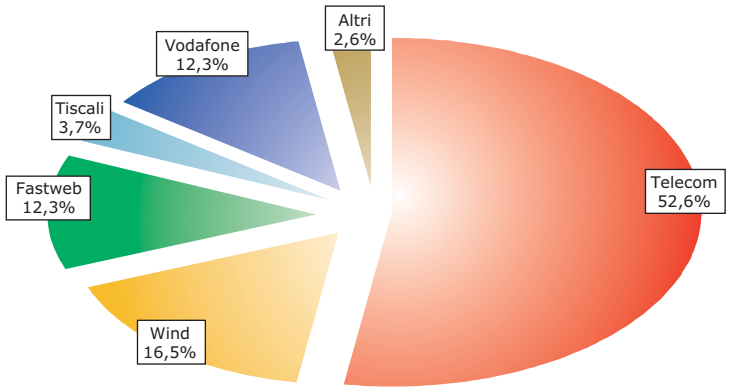


Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

I principali *competitor* di Telecom Italia (Vodafone, Wind e Fastweb) detengono, a fine marzo 2012, circa il 41% del mercato dei servizi a banda larga *retail*, quota in crescita di circa un punto percentuale rispetto al marzo 2011. Gli altri operatori riducono il proprio peso, gestendo il 6,3% delle linee broadband attivate agli utenti finali italiani (Figura 2.9).

30 I dati fanno riferimento a quelli richiesti nell'ambito dell'aggiornamento della reportistica europea sulla larga banda, il cui perimetro merceologico risulta non completamente omogeneo con quanto indicato nelle successive tabelle relative alla diffusione regionale degli accessi diretti complessivi e a larga banda, che afferisce solo alle principali forme di accesso, escludendo, ad esempio, circuiti virtuali permanenti, linee affittate, ecc. Allo stesso tempo, nell'analisi relativa ai tassi di diffusione su base territoriale, i dati comprendono anche gli accessi "*Virtual Unbundling*", non inclusi, a loro volta, nella reportistica europea. Pertanto, il valore relativo alla quota di mercato di Telecom Italia negli accessi a larga banda su rete fissa (53,2% a dicembre 2011) di cui alla figura 2.8 differisce leggermente dal corrispondente valore medio nazionale (53,0%) indicato nella successiva tabella 2.22, in quanto i due aggregati fanno riferimento a perimetri merceologici non completamente omogenei.

Figura 2.9. *Quote di mercato nei servizi a larga banda* retail *(mar. 2012, in %)*



Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Come noto, la diffusione della larga banda sul territorio nazionale registra ritardi rispetto agli altri paesi europei, in parte dovuti a fattori infrastrutturali, come ad esempio la mancanza di un rete "*cable*". Alla fine del 2011 la penetrazione della larga banda su rete fissa raggiungeva poco più del 22% degli italiani, contro una media europea di quasi il 28% su cui incidono positivamente i valori conseguiti in Francia, Germania e Regno Unito (rispettivamente 35,7%, 33,4% e 31,7%) (Tabella 2.15).

Tabella 2.15. *Diffusione della larga banda in Europa (31 dicembre 2011)*

	Accessi (mln)	**% pop** [31]
Germania	27,3	33,4
Spagna	11,4	24,7
Francia	23,2	35,7
Italia	13,4	22,2
Regno Unito	19,8	31,7
EU27	139,5	27,8

Fonte: elaborazioni Autorità su dati CoCom ed Eurostat

Le specifiche differenze di carattere economico, sociale e orografico presenti nei singoli paesi certamente influenzano le determinanti alla base sia dell'offerta che della domanda di servizi *broadband*. In tal senso, appare opportuno evidenziare alcune peculiarità che caratterizzano la struttura demografica dei principali paesi europei, nella misura in cui questa rappresenta una delle variabili che contribuiscono a determinare l'ampiezza del mercato potenziale di servizi a banda larga (Tabella 2.16).

31 Al 1 gennaio 2011 – Valori estratti – anche con riferimento alla segmentazione proposta nella Tabella 2.15 in data 4.5.2011 all'indirizzo: http://appsso.eurostat.ec.europa.eu.

Tabella 2.16. *Popolazione per classi di età (in milioni al 1° gennaio 2011)*

	Età 5-19 anni (mln)	% pop.	Età > 65 anni (mln)	% pop.
Germania	11,7	14,31	16,82	20,6
Spagna	6,67	14,45	7,86	17,0
Francia	11,97	18,40	10,84	16,7
Italia	8,59	14,17	12,29	20,3
Regno Unito	10,86	17,39	10,36	16,6

Fonte: elaborazioni su dati Eurostat

Con riguardo alla classe d'età 5-19 anni – quella maggiormente ricettiva in termini di capacità di adozione dei servizi digitali – l'Italia presenta un *deficit*, in termini assoluti, rispetto alla Francia e al Regno Unito (paesi aventi una popolazione comparabile all'Italia), pari a 3,3 milioni di individui nel caso del confronto con la Francia e 2,3 nel caso del Regno Unito. Se si guarda al peso della specifica classe demografica in esame rispetto alla popolazione complessiva, il valore dell'Italia risulta quello più basso (14,17%), benché in linea con i valori registrati in Germania e Spagna, e circa 3-4 punti percentuali in meno rispetto alla Francia e al Regno Unito.

Tali indicazioni sembrano assumere particolare significatività se si considera che nel 2011 poco meno dell'85% delle famiglie italiane dove era presente almeno un minorenne disponeva di un *personal computer* e di queste quasi l'80% utilizzava internet[32], valori che verosimilmente non sono distanti dai corrispondenti dati rinvenibili nei paesi europei avanzati.

In modo speculare, un freno alla diffusione della larga banda sembra essere rappresentato dalla numerosità della classe demografica che comprende gli anziani, che in Italia risulta di norma più popolata rispetto ai *partners* europei. Se, infatti, si considera la popolazione con un'età maggiore di 65 anni, in Italia sono presenti, rispettivamente, circa 1,5 e poco meno di 2 milioni di individui in più rispetto ai corrispondenti valori di Francia e Regno Unito. Nel confronto con la Spagna, paese di diversa "taglia" demografica, emerge che nel paese iberico la classe demografica in questione rappresenta il 17% della popolazione complessiva, a fronte del 20% registrato in Italia.

Di complessa valutazione quantitativa è certamente anche il livello di scolarizzazione, ulteriore fattore che influisce sul "mercato potenziale" dei servizi a larga banda. Anche in questo caso l'Italia esce "penalizzata" dal confronto con i pricipali paesi europei. Difatti, se si considera la quota di popolazione di età compresa tra i 25 ed i 64 anni con titolo di studio non superiore al primo ciclo secondario, solo la Spagna, tra i paesi considerati, mostra una percentuale inferiore di popolazione con un basso livello di istruzione (Tabella 2.17).

32 Fonte: Istat, "Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle imprese – Anno 2011", ed. 13.12.2011.

Tabella 2.17. *Popolazione con un basso livello di istruzione compresa nella fascia di età 25-64 anni (2010, in %)*

Paese	%	Paese	%
Germania	14,2	Francia	29,2
Finlandia	17,0	Grecia	37,5
Svezia	18,4	Italia	44,8
Regno Unito	23,9	Spagna	47,4

Fonte: Eurostat[33]

La flessione del numero di accessi alla rete fissa in rame è proseguita anche lo scorso anno. Il numero complessivo di linee attive in Italia, a fine 2011, risulta di poco superiore a 22 milioni (Tabella 2.18)[34]. Gli accessi alle reti di telefonia controllati dalle imprese concorrenti di Telecom Italia, a fine 2011 hanno superato i 7,3 milioni, con una crescita pari a poco meno di 300.000 accessi nel corso dell'anno. Ciò ha determinato una flessione della quota di mercato di Telecom Italia, di circa un punto percentuale, che si è attestata intorno al valore del 67% nel dicembre 2011.

Tabella 2.18. *Accessi alla rete fissa (migliaia)*

	dic. 09	dic. 10	dic. 11
Accessi Telecom Italia	16.116	15.380	14.681
Accessi OLO	6.412	7.051	7.338
- Full unbundling	4.273	4.703	4.953
- Virtual ULL	102	79	63
- Fibra	253	279	278
- DSL Naked	939	1.036	1.087
- WLR	845	954	957
Accessi complessivi	22.528	22.431	22.019
Quota Telecom Italia (%)	*71,5*	*68,6*	*66,7*

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

La diffusione degli accessi alla rete fissa, così come per i servizi *broadband*, risulta a livello regionale, piuttosto differenziata.

A fronte di un valore medio su base nazionale che colloca intorno al 67%[35] le famiglie con un collegamento alla rete fissa, il quadro si differenzia in misura anche non

33 L'indicatore Eurostat "Persons with low educational attainment, by age group - %" è definito come la percentuale di persone di età compresa tra i 25 e i 64 anni con un livello di istruzione ISCED (International Standard Classification of Education) pari o inferiore a 2. I livelli ISCED da 0-2 corrispondono ai livelli di istruzione pre-primaria, primaria e scuola media inferiore. Dati estratti il 4 maggio 2012 all'indirizzo http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tsdsc430&plugin=1.

34 Per una migliore rappresentazione del mercato in termini di soggetti (famiglie e imprese) titolari di uno specifico abbonamento, a differenza degli scorsi anni sono stati inclusi anche gli accessi WLR.

35 I risultati evidenziati nella tabella non sono confrontabili con quelli indicati nella tabella 2.16 della scorsa Relazione. Sono stati apportati – con riferimento al numero di accessi – lievi affinamenti e riclassifiche al fine di assicurare omogeneità con altri dati quantitativi raccolti dalle imprese e/o trasmessi formalmente per altre finalità (es: reportistica europea sulla larga banda, *digital agenda scoreboard* della UE).

marginale, con una "forbice" che è compresa tra l'81,2% del Lazio ed il 53,7% della Calabria (Tabella 2.19).

Tabella 2.19. *Diffusione degli accessi alla rete fissa (dicembre 2011, in % delle famiglie)*

Piemonte	66,3	Molise	58,5
Valle d'Aosta	59,1	Campania	70,9
Lombardia	71,0	Puglia	62,8
Trentino-Alto Adige	61,3	Basilicata	55,8
Veneto	60,5	Calabria	53,7
Friuli-Venezia Giulia	67,5	Sicilia	62,8
Liguria	70,9	Sardegna	59,3
Emilia-Romagna	67,3	**ITALIA**	**67,4**
Toscana	69,8	*Principali Comuni*	82,2
Umbria	62,8	*Nord Ovest*	69,6
Marche	66,5	*Nord Est*	64,1
Lazio	81,2	*Centro*	74,2
Abruzzo	61,7	*Sud e Isole*	63,4

Fonte: elaborazioni e stime su dati aziendali e Istat

Con riguardo al quadro competitivo dell'accesso diretto alla rete fissa, su base nazionale Telecom Italia si attesta – come già osservato – a circa il 67%, ma con una marcata differenziazione a livello geografico (Tabella 2.20)[36].

Come già illustrato nelle scorse Relazioni, la mancanza di rilevanti centri urbani ed un quadro orografico prevalentemente montuoso sono alla base, in presenza di investimenti conseguentemente poco remunerativi per gli OLO, di elevate quote di mercato di Telecom Italia come nel caso della Valle d'Aosta (76,7%), del Trentino Alto Adige (80,4%), della Calabria (79,8%) e della Basilicata (80,8%), regioni caratterizzate da una penetrazione della rete fissa inferiore alla media nazionale.

Parallelamente, è nelle regioni dove sono presenti i maggiori centri urbani che Telecom Italia vede ridurre drasticamente la propria quota di mercato, come ad esempio nel caso della Campania (59,4%) e del Lazio (56,9%). In effetti, come già osservato nella Relazione annuale 2011, i risultati degli operatori concorrenti di Telecom Italia sono legati a percorsi strategici focalizzati al rafforzamento delle proprie posizioni nelle grandi aree urbane.

Nel caso di Fastweb, il valore medio del 7,2% registrato su base nazionale è superato in Lombarda (10%), Liguria e Lazio, mentre Wind (12,6% su scala nazionale) raggiunge quote di mercato vicine o superiori al 20% in Puglia, Campania e Lazio. Si osserva una minore variabilità nelle quote di mercato di Vodafone, che, a fronte di una media nazionale del 9,3%, ottiene risultati compresi tra l'11,2% del Veneto ed il 7,9% dell'Umbria.

36 La lieve discrepanza nella quota di mercato di Telecom Italia di cui alla precedente tabella 2.19 è dovuta al non del tutto omogeneo perimetro merceologico considerato. Nella tabella sono stati considerati a) gli accessi fisici di Telecom Italia, b) accessi full e virtual ULL, c) fibra, d) accessi dsl naked ed e) accessi WLR, mentre nella tabella 2.20 oltre alle prime tre tipologie considerate, sono incluse le linee DSL *bitstream* e gli accessi "Shared Access".

Tabella 2.20. *Accessi complessivi alla rete fissa – Quote di mercato al 31 dicembre 2011 (%)*

	Telecom Italia	Fastweb	Wind	BT Italia	Tiscali	Vodafone Italia	Altri	Totale
Piemonte	66,6	7,8	13,0	0,6	1,6	9,1	1,4	100
Valle d'Aosta	76,7	5,4	5,7	0,2	1,0	10,1	0,8	100
Lombardia	63,3	10,7	11,8	0,7	2,0	9,9	1,5	100
Trentino-Alto Adige	80,4	2,9	5,0	0,4	0,7	9,9	0,7	100
Veneto	79,1	4,2	3,0	0,6	1,1	11,2	0,8	100
Friuli-Venezia Giulia	75,5	3,9	9,6	0,4	0,8	8,8	1,0	100
Liguria	60,8	11,5	13,7	0,5	1,7	10,1	1,7	100
Emilia-Romagna	70,0	7,6	10,1	0,6	1,4	9,1	1,2	100
Toscana	73,1	5,2	9,6	0,6	1,9	8,6	1,1	100
Umbria	77,4	4,9	7,8	0,4	0,7	7,9	0,8	100
Marche	76,9	4,5	7,8	0,4	1,2	8,5	0,8	100
Lazio	56,9	10,6	18,6	0,5	3,0	8,5	1,8	100
Abruzzo	71,8	6,7	9,5	0,5	1,3	9,2	1,1	100
Molise	79,1	2,8	7,2	0,5	0,4	9,3	0,7	100
Campania	59,4	7,1	22,0	0,3	1,1	8,4	1,7	100
Puglia	63,8	5,9	17,8	0,4	0,7	9,9	1,5	100
Basilicata	80,8	3,7	5,2	0,4	0,9	8,5	0,6	100
Calabria	79,8	2,0	7,6	0,3	1,5	8,1	0,6	100
Sicilia	64,7	4,8	17,1	0,3	1,7	10,0	1,4	100
Sardegna	61,2	2,0	7,5	0,4	19,4	8,0	1,6	100
ITALIA	**66,9**	**7,2**	**12,6**	**0,5**	**2,1**	**9,3**	**1,3**	**100**
Nord Ovest	64,0	10,0	12,3	0,6	1,9	9,7	1,5	100
Nord Est	75,1	5,5	6,8	0,6	1,2	9,9	1,0	100
Centro	65,7	7,8	13,8	0,5	2,3	8,5	1,4	100
Sud e Isole	65,2	5,2	16,0	0,4	2,7	9,1	1,4	100

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

I dati relativi ai principali comuni e aree metropolitane confermano quanto già emerso nella Relazione Annuale 2011:

– una maggiore penetrazione degli accessi (superiore all'82% rispetto alla media nazionale del 67,4%);

– una più accentuata dinamica competitiva, che porta Telecom Italia ad una quota di mercato inferiore al 45%, con Wind e Fastweb che si collocano entrambe intorno al 20% mentre Vodafone sfiora il 12%.

A fine 2011 il livello di copertura lorda dei servizi a banda larga su rame, misurato dai collegamenti attestati su centrali aperte al servizio ADSL, ha raggiunto il 97% della popolazione, con circa 650 comuni ancora privi del servizio. Tuttavia, considerando l'obiettivo del Piano Nazionale Banda Larga, che intende garantire un servizio a banda larga ad almeno 2 Mbps, e la reale copertura al netto dei problemi tecnici che possono impedire l'effettiva disponibilità del servizio *broadband* (copertura netta), il livello di copertura netta scende all'89% della popolazione e i comuni privi del servizio diventano quasi 2.000. Tenendo conto altresì della copertura *broadband* assicurata dalle diver-

se tecnologie wireless presenti nel mercato (HSDPA, Hiperlan, WiMax), la copertura effettiva della popolazione sale a poco meno del 96%[37].

Nel 2011, inoltre, le imprese hanno continuato a investire, oltre che nell'aumento della copertura *broadband* di base, anche nell'incremento della disponibilità dei servizi ADSL di seconda generazione che permettono di raggiungere delle velocità nominali superiori a 20 Mbps, ed in tal senso è stimabile in crescita, dal 62 al 64% del totale, la popolazione che a fine 2011 poteva effettivamente accedere a questa tipologia di servizi.

Il 2011 si è concluso con l'avvio di rilevanti iniziative del Governo a sostegno della banda larga. Con l'obiettivo di garantire il raggiungimento degli obiettivi comunitari del 2020 in tema di servizi broadband[38], nel mese di dicembre 2011 il Ministero dello sviluppo economico ha avviato una consultazione pubblica relativa al Progetto strategico Agenda digitale italiana. Il progetto descrive le misure per l'attuazione dell'Agenda digitale europea, ed è suddiviso in due macro-progetti:

1. *un progetto per la banda ultra larga,* destinato alle aree più remunerative del Paese, con priorità per le aree industriali e per quelle più popolose, laddove gli operatori privati non hanno tuttavia interesse a effettuare investimenti autonomi;

2. *un progetto per la realizzazione di Data Center,* a beneficio della Pubblica Amministrazione e delle imprese, per accelerare il processo di dematerializzazione della PA e la digitalizzazione dei processi.

Il primo passo per dare attuazione a queste strategie e stimolare la realizzazione delle infrastrutture a banda larga e ultra larga è costituito dal "Piano di Azione Coesione" per il miglioramento dei servizi pubblici collettivi al sud (novembre 2011), definito dal Dipartimento per lo sviluppo e la coesione economica del Ministero dello sviluppo economico, al fien di avviare tali interventi nelle regioni del Mezzogiorno.

A questo si aggiunge l'istituzione, nel marzo 2012, della Cabina di regia per l'Agenda digitale italiana, con lo scopo di elaborare e definire la strategia italiana per attuare gli obiettivi dell'Agenda digitale europea.

Alcune Regioni, inoltre, proseguono nell'opera di progettazione di interventi per la banda ultra larga. Tra queste, vanno segnalate le iniziative della Provincia Autonoma di Trento, della Sardegna e dell'Emilia Romagna, che seguono diversi approcci:

1. la Provincia Autonoma di Trento sta sviluppando un piano che prevede, da un lato, l'utilizzo della rete pubblica in fibra ottica che la società provinciale Trentino Network sta realizzando e, dall'altro lato, la predisposizione di nuovi collegamenti in fibra ottica fino alle abitazioni. Obiettivo del piano è realizzare una rete a banda ultra larga per coprire il 100% della popolazione e delle imprese entro il 2018, attraverso la costituzione di una società a capitale misto pubblico-privato focalizzata sulla copertura del 60% delle utenze provinciali (aree a media profittabilità), mentre le aree a bassa profittabilità saranno coperte direttamente attraverso la società pubblica Trentino Network;

37 Fonte: Between, Osservatorio Banda Larga - Obiettivo Ultrabroadband, marzo 2012.

38 Tra quelli maggiormente significativi, la copertura ad almeno 30 Mbps per tutti i cittadini, con almeno il 50% delle famiglie che sottoscrivano un abbonamento a Internet con banda superiore a 100 Mbps.

2. la Regione Sardegna si è posta l'obiettivo di realizzare un'infrastruttura in fibra ottica passiva in un arco temporale di 4-5 anni, secondo un modello di *project-financing*. Il progetto prevede la realizzazione dei cavidotti in concomitanza con i lavori per la realizzazione della rete di metanizzazione. In questo modo, la Regione intende rendere disponibile ai propri cittadini l'accesso alla rete a banda ultra larga, integrando la nuova infrastruttura di accesso in fibra ottica nelle opere per la rete del gas e rendendola successivamente disponibile agli operatori di telecomunicazioni;

3. l'Emilia Romagna – attraverso la società regionale Lepida – ha in corso di valutazione le diverse possibili opzioni di intervento. A tal fine, è prevista l'istituzione di un "*tavolo permanente regionale sulle NGN*", costituito da Regione, operatori, enti locali e potenziali investitori, con il compito di definire il modello più adatto per accelerare lo sviluppo degli interventi di infrastrutturazione del territorio con reti a banda ultra larga.

Le condizioni orografiche e l'ampiezza demografica degli aggregati urbani rappresentano determinanti non secondarie nella diffusione dei servizi *broadband* in quanto hanno effetti non trascurabili sui costi di infrastruturazione e questo, riflettendosi sulla redditività attesa, influisce sui livelli di investimento e conseguentemente anche sui tassi di penetrazione nel territorio.

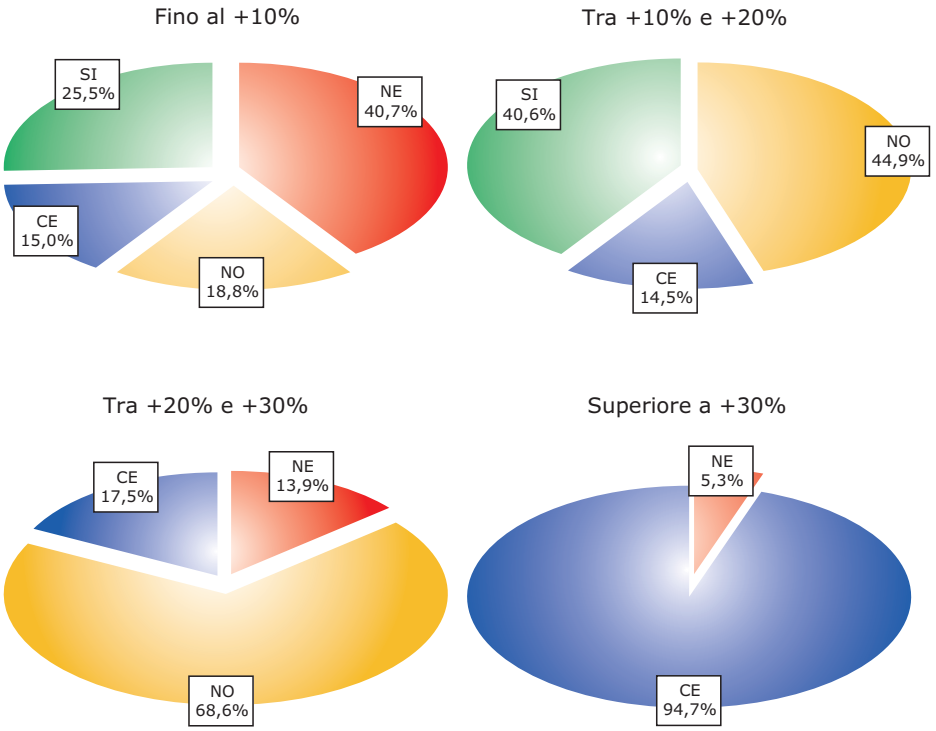
Al riguardo, la Figura 2.10 e la Figura 2.11 illustrano, per macroarea regionale, la differenziazione dei tassi di penetrazione della larga banda secondo differenti classi di valori divergenti (in positivo e negativo) dalla media nazionale[39].

Nel primo caso (diffusione maggiore della valore medio nazionale) emerge una forte prevalenza delle province del Centro-Nord[40], mentre nessuna provincia del Sud registra una penetrazione superiore del 20% rispetto al valore medio nazionale (Figura 2.10). Di converso, se si guarda alle province con minore diffusione della larga banda (Figura 2.11), con particolare riferimento per tassi di penetrazione di almeno il 20% inferiori alla media emerge una nettissima prevalenza delle aree meridionali.

39 L'elaborazione è condotta, su base provinciale, con riferimento alla popolazione residente alla data del 31 dicembre 2010 (60,6 mln). Sono inclusi gli accessi DSL *retail* di Telecom Italia, gli accessi ULL, *virtual* ULL, *shared access* e *bitstream*. Dal computo è esclusa San Marino. Pertanto la penetrazione a livello nazionale della larga banda al 31 dicembre 2011 così calcolata risulta pari al 23,35%, valore ovviamente lievemente differente da quanto indicato nella precedente Tabella 2.15, dove nel calcolo sono inclusi anche gli accessi in fibra di Fastweb, per i quali tuttavia non si dispone della distribuzione su base provinciale e pertanto nel caso specifico non sono incluse.

40 Le principali province del centro-nord (Roma, Firenze, Genova, Milano, Bologna) registrano, tutte, tassi superiori di almeno il 20% oltre la media nazionale.

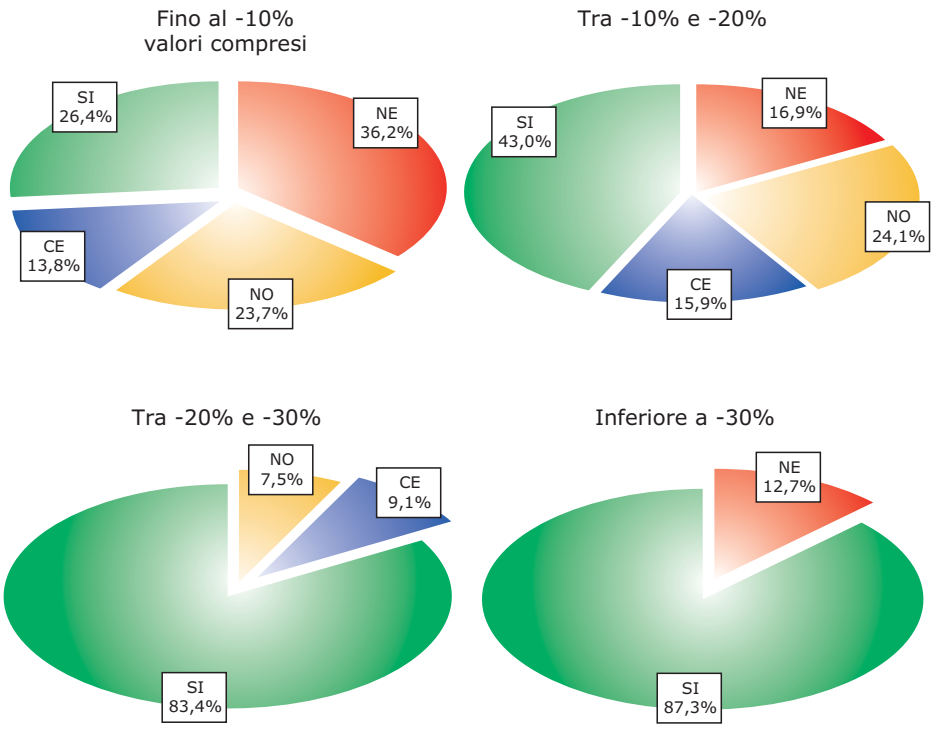
Figura 2.10. *Ripartizione degli individui residenti nelle province con diffusione* broadband *maggiore della media nazionale (dic. 2011)*



Legenda macroaree regionali: SI (Sud e Isole) = Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna, Sicilia; CE (Centro) = Marche, Lazio, Umbria, Toscana; NE (Nord-Est) = Friuli V.G., Emilia Romagna, Trentino A.A., Veneto; NO (Nord-Ovest) = Liguria, Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta.

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Telecom Italia e Istat

Figura 2.11. *Ripartizione degli individui residenti nelle province con diffusione broadband minore della media nazionale (dic. 2011)*



Legenda macroaree regionali: SI (Sud e Isole) = Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna, Sicilia; CE (Centro) = Marche, Lazio, Umbria, Toscana; NE (Nord-Est) = Friuli V.G., Emilia Romagna, Trentino A.A., Veneto; NO (Nord-Ovest) = Liguria, Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta.

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Telecom Italia e Istat

Con riferimento alla diffusione degli accessi a larga banda[41] sul territorio, nel complesso circa il 44% delle famiglie[42] dispone di una linea *broadband*, con una certa variabilità tra le diverse regioni italiane (Tabella 2.21). Si evidenziano ad esempio valori superiori alla media nel caso del Lazio (55,1%), Campania (52,3%) e Lombardia (46,3%), mentre Basilicata, Calabria e Molise si attestano su valori mediamente pari o di poco superiori al 30%.

41 Gli accessi a larga banda sono costituiti da quelli xDSL di Telecom Italia e, per gli OLO, oltre che da quelli "*unbundling* dati", "*shared access*", "*bitstream*" e "fibra" coerentemente con l'attuale struttura della reportistica comunitaria in materia, anche da quelli "*virtual unbundling*".

42 Il numero delle famiglie italiane al 31.12.2011 è stato stimato applicando l'ampiezza media familiare (circa 2,4 individui) risultante dai dati Istat a fine 2010 al valore della popolazione complessiva (circa 60,85 milioni indicata nella pubblicazione dell'Istituto Nazionale di Statistica "Indicatori demografici – stime per l'anno 2011", gennaio 2012.

Tabella 2.21. *Diffusione degli accessi a larga banda (dicembre 2011, in % delle famiglie)*

Piemonte	39,9	Molise	30,5
Valle d'Aosta	37,6	Campania	52,3
Lombardia	46,3	Puglia	41,6
Trentino-Alto Adige	38,5	Basilicata	33,0
Veneto	39,7	Calabria	34,6
Friuli-Venezia Giulia	39,9	Sicilia	41,0
Liguria	43,6	Sardegna	41,7
Emilia-Romagna	42,0	**ITALIA**	**44,0**
Toscana	44,2	*Principali Comuni*	57,3
Umbria	38,0	*Nord Ovest*	44,1
Marche	44,3	*Nord Est*	40,5
Lazio	55,1	*Centro*	48,9
Abruzzo	39,4	*Sud e Isole*	43,0

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Come già sottolineato nella Relazione annuale 2011, la misurazione della diffusione dei servizi *broadband* presso le imprese risulta di non agevole valutazione, in quanto la peculiare struttura occupazionale delle imprese in Italia spesso nasconde sostanziale coincidenza tra impresa e dimensione familiare[43]. Ciò premesso, si stima che la diffusione degli accessi *broadband* presso l'utenza *business* si collochi al 49% su base nazionale ed a circa il 67% nei grandi centri urbani, con una differenziazione sul territorio meno marcata rispetto all'utenza residenziale[44]. Ovviamente la diffusione della larga banda risulta assai differenziata a seconda della dimensione dell'impresa. Al riguardo, si stima che oltre l'84% delle imprese con almeno 10 addetti utilizza connessioni a banda larga su rete fissa[45].

Analogamente agli accessi complessivi alla rete fissa, nella Tabella 2.22 viene fornito, su base regionale, un quadro dell'assetto concorrenziale relativo alla fornitura dei servizi *broadband*, espresso in termini di linee gestite da ciascun operatore.

Su base nazionale, la quota di mercato di Telecom Italia a fine 2011 risulta mediamente inferiore al 53%, anche se in Lombardia, Liguria, Lazio, Campania, Puglia e Sardegna l'operatore detiene quote inferiori al 50%.

Allo stesso tempo è confermato il processo di consolidamento – già evidenziato nella scorsa Relazione – delle principali imprese concorrenti di Telecom Italia (Vodafone, Wind e Fastweb) che nel complesso a fine 2011 rappresentano il 40,7% del mercato (contro il 39,7% di fine 2010)[46]. Per Fastweb, in un contesto di complessiva flessione della propria quota di mercato, si conferma la focalizzazione, in particolare, nei

43 Secondo una stima effettuata dalla CGIA di Mestre, nel 2011 3,36 milioni di imprese (su un totale di 5,28 milioni) non supera la classe dimensionale di 1 addetto (cfr. http://www.cgiamestre.com/2012/02/articolo-18-interessa-solo-il-3-delle-imprese-ma-tutela-il-65-dei-dipendenti-italiani/.

44 I dati utilizzati, che fanno riferimento a 4,845 milioni di unità locali delle imprese a fine 2009, sono contenuti nello studio dell'Istat "Struttura e dimensioni delle unità locali delle imprese", 21 ottobre 2011.

45 Istat, "Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle imprese, anno 2011", 13 dicembre 2011.

46 Cfr tabella 2.20, pag. 104 della Relazione Annuale 2011.

grandi agglomerati urbani, con quote di mercato che superano, e a volte in misura considerevole, il 30%. Wind – che registra in media una crescita di oltre l'1% rispetto allo scorso anno – ottiene risultati particolarmente rilevanti in alcune regioni del Sud: in Sicilia, Puglia e Campania supera il 20% del mercato. Vodafone si conferma come l'operatore con la quota di mercato che presenta una distribuzione più uniforme sul territorio, e appare in netta crescita nei principali comuni, dove in alcuni casi raggiunge il 20% del mercato a fine 2011.

Tabella 2.22. *Accessi a larga banda – Quote di mercato (dic. 2011, %)*

	Telecom Italia	Fastweb	Wind	BT Italia	Tiscali	Vodafone Italia	Altri	Totale
Piemonte	51,9	13,7	14,8	1,0	3,0	13,7	1,9	100
Valle d'Aosta	62,2	9,3	9,0	0,4	1,8	16,2	1,2	100
Lombardia	48,7	17,7	12,8	1,1	3,7	13,8	2,1	100
Trentino-Alto Adige	68,1	5,1	8,1	0,6	1,4	15,6	1,1	100
Veneto	60,6	6,9	12,1	1,0	2,1	16,2	1,1	100
Friuli-V.G.	62,9	7,1	12,4	0,7	1,6	13,8	1,4	100
Liguria	44,4	19,5	15,8	0,8	3,3	13,9	2,3	100
Emilia-Romagna	55,5	13,2	12,0	1,1	2,7	13,8	1,7	100
Toscana	60,8	8,7	12,2	1,1	3,5	12,2	1,5	100
Umbria	63,7	8,6	12,3	0,7	1,3	12,3	1,2	100
Marche	65,8	7,2	11,5	0,6	2,0	11,8	1,1	100
Lazio	45,6	16,5	19,1	0,8	5,2	10,4	2,3	100
Abruzzo	57,7	11,2	13,9	0,8	2,3	12,7	1,5	100
Molise	60,5	5,6	15,7	0,9	0,8	15,2	1,2	100
Campania	48,0	10,1	28,3	0,5	1,8	9,3	2,0	100
Puglia	48,6	9,3	26,0	0,6	1,3	12,4	1,9	100
Basilicata	66,5	6,8	9,5	0,7	1,7	14,0	0,8	100
Calabria	68,0	3,3	12,2	0,6	2,8	12,1	0,9	100
Sicilia	53,8	7,6	20,9	0,5	2,9	12,4	1,8	100
Sardegna	42,1	3,0	8,6	0,5	32,7	11,1	2,0	100
ITALIA	**53,0**	**11,8**	**16,2**	**0,8**	**3,8**	**12,7**	**1,7**	**100**
Nord Ovest	49,2	16,8	13,6	1,1	3,5	13,8	2,1	100
Nord Est	59,4	9,4	11,8	0,9	2,2	14,9	1,4	100
Centro	53,7	12,6	15,7	0,9	4,1	11,3	1,9	100
Sud e Isole	51,8	8,1	21,6	0,6	4,7	11,4	1,8	100

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Con riguardo alla spesa complessiva di famiglie e imprese nella rete fissa (Tabella 2.23), nel 2011 la quota di mercato di Telecom Italia si attesta poco sopra il 62%, in flessione di circa l'1% rispetto al 2010. Tra gli OLO, crescono Wind e soprattutto Vodafone (che si rafforza quale terzo operatore di rete fissa), mentre Fastweb vede limata al 10,1% la propria quota di mercato.

Con riferimento agli specifici mercati dell'utenza residenziale ed affari, nel primo Wind e Vodafone ottengono guadagni nell'ordine dell'1%, mentre in flessione risultano Telecom Italia (-1,3%) e Fastweb (-0,7%). Quest'ultima recupera parzialmente nel segmento affari, dove prosegue la flessione di BT Italia.

Tabella 2.23. *Spesa finale degli utenti per operatore (%)*[47]

	Spesa utenti		- di cui residenziale		- di cui affari	
	2010	**2011**	**2010**	**2011**	**2010**	**2011**
Telecom Italia	63,1	62,1	64,7	63,4	61,3	60,6
Wind	8,5	9,0	13,3	14,3	3,4	3,3
Fastweb	10,3	10,1	8,2	7,5	12,5	12,8
BT Italia	5,7	5,4	0,0	0,0	11,6	11,2
Vodafone Italia	5,0	5,9	8,8	9,9	1,1	1,5
Tiscali	1,8	1,8	2,7	2,6	0,8	0,9
Altri	5,7	5,8	2,2	2,1	9,3	9,7
Totale %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (miliardi di euro)	15,38	14,78	7,84	7,68	7,54	7,10

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Non considerando i ricavi derivanti dalla fornitura dei servizi di accesso, il peso di Telecom Italia nei servizi commutati e a larga banda (Tabella 2.24) è sceso al di sotto del 52% nel 2011, con una riduzione di -0,9% rispetto all'anno precedente. Contestualmente, i corrispondenti ricavi dei tre principali OLO sono aumentati di oltre 2 punti percentuali, ma mentre Wind e Vodafone guadagnano in entrambi i segmenti di mercato (utenti residenziali e affari), ed in particolare nel segmento residenziale salgono di circa l'1,5%, la sostanziale stabilità della quota di Fastweb (intorno al 10%) è il risultato di una flessione nel segmento residenziale e di una contestuale crescita in quello affari, dove arriva a sfiorare il 22%, una quota quasi doppia di BT Italia, che arretra in misura non marginale (-1,2%).

Tabella 2.24. *Ricavi da servizi finali su rete commutata e a larga banda (%)*[48]

	Totale		- di cui residenziale-		- di cui affari	
	2010	**2011**	**2010**	**2011**	**2010**	**2011**
Telecom Italia	52,8	51,9	52,7	51,1	53,0	52,7
Wind	9,1	10,1	14,4	15,8	3,6	3,8
Fastweb	17,3	17,2	14,0	13,0	20,8	21,8
BT Italia	6,0	5,2	0,0	0,0	12,2	11,0
Vodafone Italia	7,1	8,3	12,1	13,7	1,8	2,4
Tiscali	3,0	3,0	4,1	3,9	1,9	2,1
Altri	4,6	4,3	2,7	2,5	6,7	6,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (miliardi di euro)	7,93	7,71	4,07	4,05	3,86	3,67

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

47 Le quote di mercato relative al 2010 (così come per i valori indicati nelle successive tabelle), a causa di alcune variazioni nelle metodologie di calcolo operate dalle imprese anche a seguito della mutata struttura delle informazioni richieste dall'Autorità alle imprese, di riclassificazioni e in altri casi per mutati perimetri di attività, non sono direttamente confrontabili con i corrispondenti valori presentati nella scorsa Relazione al Parlamento.

48 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 date. Sono esclusi i canoni di accesso.

Come noto, considerando un perimetro merceologico determinato dai ricavi da accesso e dai soli servizi di fonia, i valori delle quote di mercato mutano non marginalmente rispetto a quelli evidenziati con diversi aggregati. In questo caso il peso di Telecom Italia segna un lieve aumento (Tabella 2.25), dovuto prevalentemente alla rimodulazione tariffaria in vigore dal 1° luglio 2011, che ha visto crescere nell'ordine del 2,6% il canone mensile dell'abbonamento base.

Tabella 2.25. *Ricavi da servizi di fonia e accesso su rete commutata (%)*

	Totale		- di cui residenziale		- di cui affari	
	2010	**2011**	**2010**	**2011**	**2010**	**2011**
Telecom Italia	72,8	73,0	71,6	71,4	74,3	75,1
Wind	9,0	9,5	14,0	14,8	2,3	2,0
Fastweb	3,9	3,5	1,8	1,3	6,8	6,5
BT Italia	4,6	4,5	0,0	0,0	10,8	10,9
Vodafone Italia	5,9	6,0	9,9	9,9	0,5	0,5
Tiscali	0,3	0,2	0,3	0,2	0,3	0,2
Altri	3,5	3,3	2,4	2,3	5,1	4,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (miliardi di euro)	7,69	7,20	4,42	4,21	3,28	2,99

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Con riferimento ai servizi a larga banda (Tabella 2.26), dove in misura maggiormente intensa si concentra la dinamica concorrenziale, si osserva in primo luogo come il valore del mercato *broadband* rispetto a quello relativo a fonia e canoni (tabella precedente), sia passato dal 55% al 61% nel 2011 (percentuali che corrispondono, rispettivamente a 4,38 miliardi e 7,2 miliardi). Ciò evidenzia il declino strutturale dei servizi di telecomunicazioni più tradizionali.

Tabella 2.26. *Ricavi da servizi finali su rete a larga banda (%)*

	Totale		- di cui residenziale		- di cui affari	
	2010	**2011**	**2010**	**2011**	**2010**	**2011**
Telecom Italia	43,4	42,2	41,7	39,6	45,2	45,1
Wind	10,4	12,2	16,4	18,8	3,8	4,5
Fastweb	27,4	26,2	22,5	20,2	32,8	33,2
BT Italia	2,8	1,8	0,0	0,0	5,9	3,8
Gruppo Vodafone	6,9	8,9	10,4	13,1	3,1	4,0
Tiscali	4,4	4,2	6,8	6,2	1,8	1,9
Altri	4,7	4,5	2,2	2,1	7,4	7,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (miliardi di euro)	4,25	4,38	2,24	2,37	2,01	2,01

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Telecom Italia vede erodere dell'1,2% il proprio peso (dal 43,4 al 42,2%), e scende sotto il 40% nel segmento residenziale, in cui consegue una perdita di oltre 2 punti percentuali. Wind e Vodafone guadagnano nel complesso il 3,8%, mentre la quota

detenuta da Fastweb risulta in flessione, in ragione di un sensibile ridimensionamento nel segmento residenziale (-2,3%) a cui corrisponde una crescita meno che proporzionale in quello *business*, dove supera un terzo del mercato.

Rete mobile

Nei mercati dei servizi di comunicazioni personali in mobilità è confermata nel 2011 (Tabella 2.27) la flessione della spesa finale, anche se in misura meno intensa (-1,4%) rispetto a quanto registrato nel 2010 (-2%)[49].

Con riguardo alle due principali componenti, servizi di fonia vocale e servizi dati, si accentua in primo luogo la flessione dei primi, che scendono sotto i 10 miliardi (-7,4%). L'intensità della competizione che ha caratterizzato la telefonia mobile negli ultimi anni appare in qualche modo misurata dal fatto che i ricavi da servizi voce registrati nel 2011 sono, nella sostanza, tornati ai livelli del 2006 (allora valutabili in circa 9,8 miliardi), quando però i consumi erano nettamente inferiori se si pensa, ad esempio, che i minuti di traffico risultavano pari al 60% di quelli rilevati nel 2011.

Tabella 2.27. *Spesa degli utenti per tipologia di servizi (miliardi di euro)*[50]

	2010	2011	Var % '11/'10
Servizi voce	10,47	9,69	-7,4
Servizi dati	4,53	4,93	8,9
Altri ricavi	2,18	2,32	6,5
Totale	17,17	16,94	-1,4

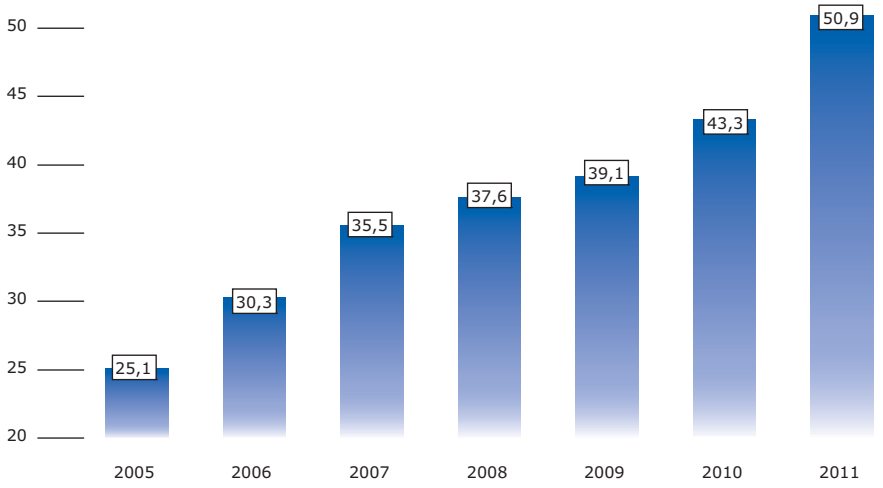
Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

I ricavi da servizi dati continuano a crescere, seppure in misura meno intensa rispetto allo scorso anno (+8,9% contro il +9,6% del 2010), ma appare opportuno evidenziare che nel 2011 hanno superato la soglia del 50% degli introiti da servizi di fonia vocale (Figura 2.12), valore che risulta più che doppio rispetto a quanto corrispondentemente rilevabile per il 2005 (25,1%).

49 I dati riferiti al 2010 non sono del tutto omogenei con quelli indicati nella Relazione Annuale 2011 a seguito di mutate metodologie di calcolo operate dalle imprese in merito alle diverse tipologie di introiti considerate. I dati consolidati, salvo diversa indicazione, includono anche quelli relativi agli operatori mobili virtuali, con dati riferibili a: BT Italia, Carrefour Italia Mobile, Coop Italia, Daily Telecom, ErgMobile, Fastweb, Noverca, Poste Mobile e Tiscali.

50 I ricavi (in termini di spesa degli utenti) da servizi voce includono gli introiti da chiamate vocali verso numeri mobili *on net* e *off net*, 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 e noleggio di terminali, apparati d'utente, accessori e tutte le altre categorie di ricavo non espressamente considerate in precedenza.

Figura 2.12. *Ricavi servizi dati / servizi fonia vocale (2005-2011, in %)*



Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Il traffico vocale è in crescita anche nel 2011, sfiorando nel complesso 136 miliardi di minuti (Tabella 2.28), valore che ormai supera di oltre il 60% quello relativo alla rete fissa (il corrispondente rapporto nel 2010 era circa del 30%).

Dall'analisi dei dati relativi al traffico per direttrice emerge un ulteriore rafforzamento della componente mobile-mobile, ossia il traffico originato da rete mobile è destinato, in prevalenza, verso altre numerazioni mobili. In particolare, nel 2011 l'82% del traffico originato da cellulari ha raggiunto altre utenze della rete mobile. In questo ambito, il peso della componente *on net* risulta stabile e pari a poco meno del 60% del totale, mentre il leggero aumento del peso delle chiamate *off net* sembra attribuibile, perlomeno in parte, al traffico originato e diretto verso le numerazioni degli operatori mobili virtuali.

Tabella 2.28. *Traffico voce nella telefonia mobile (miliardi di minuti)*

	2010	2011	Var. % '11/'10
Rete fissa	14,2	14,9	5,0
Mobile *on net*	73,7	81,1	10,0
Mobile *off net*	27,5	30,3	10,2
Altre destinazioni	8,6	9,6	11,7
Totale	124,0	135,9	9,6

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Dal lato dei ricavi, si evidenzia un leggero arretramento della componente *on net*, a testimonianza dell'accesa pressione concorrenziale presente nel mercato, ormai strutturalmente caratterizzato da promozioni ed offerte con *pricing* particolarmente aggressivi e finalizzati a rafforzare la fidelizzazione del cliente (Tabella 2.29).

Tabella 2.29. *Componente* on-net *dei ricavi per chiamate vocali e sms-mms (% del totale)*

	2010	2011
Voce	57,6	57,6
SMS/MMS	52,5	51,1
Media	56,4	55,9

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

La Tabella 2.30 illustra l'andamento dei ricavi da servizi di fonia vocale per direttrice dove, accanto ad una flessione nell'ordine del 7% degli introiti da chiamate verso rete mobile, si registra una considerevole flessione (-14,8%) dei ricavi derivanti dalla chiamate dirette verso la rete fissa. La direttrice che meno risente (-1,6%) della generalizzata flessione dei ricavi è quella internazionale, probabilmente grazie alla crescente presenza di stranieri in Italia. Questi hanno raggiunto i 4,8 milioni nel 2011, con un aumento di 300.000 persone rispetto all'anno precedente[51].

Tabella 2.30. *Ricavi da servizi voce per direttrice (miliardi di euro)*

	2010	2011	Var % '11/'10
Rete mobile	7,58	7,06	-6,8
- *on net*	4,37	4,07	-6,9
- *off net*	3,21	2,99	-6,8
Rete fissa	1,62	1,38	-14,8
Reti internazionali	1,27	1,25	-1,6
Totale	10,47	9,69	-7,4

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

I ricavi derivanti dalla fornitura di servizi dati (Tabella 2.31), che nel complesso vedono una crescita dell'8,9% (sostanzialente in linea con il tasso di crescita registrato nel 2010), evidenziano andamenti fortemente differenziati, con le applicazioni legate ad internet che, grazie ad una crescita nel 2011 risultata vicina al 18%, hanno superato per la prima volta il valore degli introiti da sms (2,4 contro 2,3 miliardi).

Tabella 2.31. *Ricavi da servizi dati per tipologia (miliardi di euro)*

	2010	2011	Var % '11/'10
SMS	2,30	2,33	1,5
Accesso e navigazione internet	2,04	2,41	17,7
Altri servizi dati	0,19	0,19	2,3
Totale	4,53	4,93	8,9

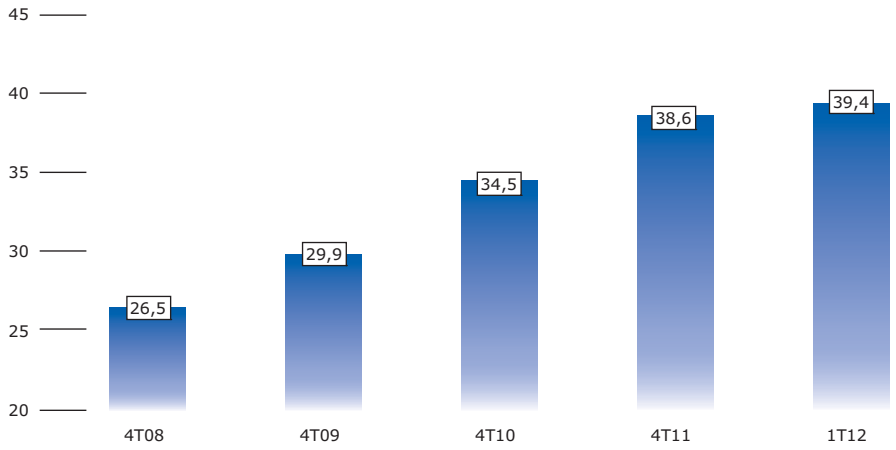
Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Tale crescita è ovviamente in primo luogo dovuta alla diffusione di terminali (*smartphone* e *tablet*) sempre più sofisticati, in grado di supportare un numero sempre mag-

51 Fonte: Istat: "Indicatori demografici – Stime per l'anno 2011", ed. 27 gennaio 2012.

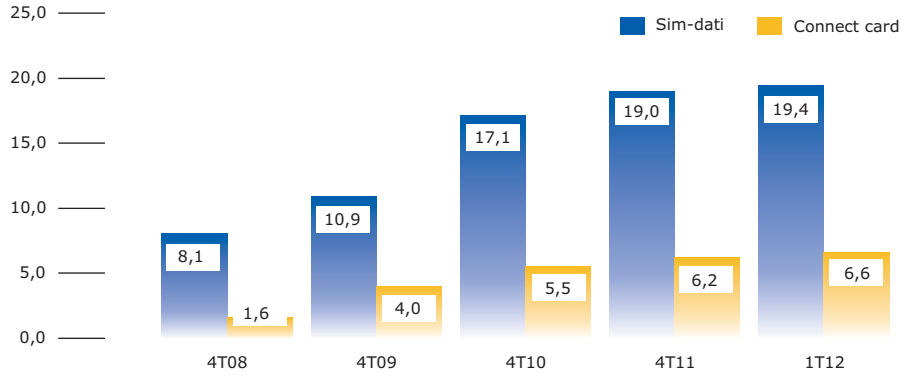
giore di applicazioni, e che nel primo trimestre del 2012 ha raggiunto i 39,4 milioni (Figura 2.13)[52]. Le sim effettivamente utilizzate per il traffico dati hanno raggiunto i 19 milioni (Figura 2.14) nell'ultimo trimestre del 2011. I volumi di traffico veicolato sulle reti mobili hanno superato i 190 petbyte (+52% rispetto al 2010) (Figura 2.15), mentre si stima una crescita del 36% rispetto al corrispondente periodo del 2011. Si stima altresì un non trascurabile aumento dei consumi individuali, con un traffico dati unitario che nel 2011 si colloca intorno agli 0,9 GB mensili, valore con una crescita superiore al 30% rispetto al corrispondente dato del 2010[53].

Figura 2.13. *Terminali UMTS/HSDPA (dic. 2008-mar. 2012, milioni)*



Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Figura 2.14. *Sim-dati e* connect card *(dic. 2008-mar. 2012, milioni)*

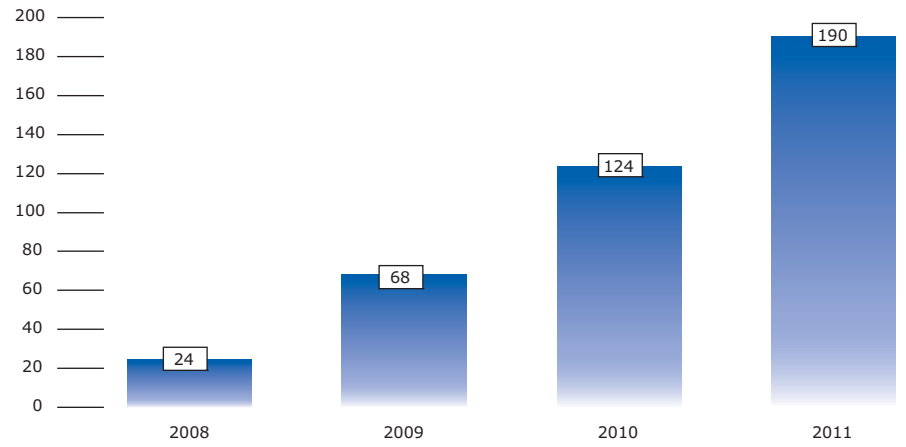


Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

52 I dati evidenziati nelle figure 2.13, 2.14 e 2.15 sono riferiti ai soli MNO.

53 Il dato relativo al traffico "unitario" è stato stimato sulla base del numero di sim che risultano aver svolto traffico dati attraverso una media calcolata su dati rilevati su base trimestrale anche ai fini dell'aggiornamento della reportistica europea sulla larga banda su rete mobile.

Figura 2.15. *Traffico dati su rete mobile (2008-2011, petabyte)*



Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Con riferimento alla spesa finale complessiva, i ricavi unitari per sim (Tabella 2.32) flettono del 4,3% (a meno di 178 euro l'anno). Tale valore – come peraltro già osservato con riferimento al 2010 è la risultante di una componente, quella relativa al servizio voce, in forte flessione (-10%), mentre quella legata ai servizi dati continua a crescere (+6,5%).

Tabella 2.32. *Ricavi unitari per SIM attiva (euro/anno)*

	2010	2011	Var % '11/'10
Spesa finale complessiva	186,6	178,7	-4,2
Servizi voce	110,5	99,5	-9,9
Servizi dati	48,4	51,7	6,6

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Con riferimento agli introiti unitari per *user*[54], a fronte di una riduzione complessiva dell'1,7%, i servizi voce mostrano una flessione del 7,6%. Parallelamente, quelli da servizi dati registrano una crescita del 9,4%, superando i 100 euro annui (Tabella 2.33) valore che, coerentemente con quanto evidenziato nella precedente Figura 2.12, supera il 50% della spesa per i servizi voce.

54 Gli *user* medi annui del 2010 e 2011 sono stati valutati rispettivamente in 48,04 e 48,20 milioni. Tale stima ha come base la struttura per età della popolazione italiana al 31.12.2009 ed al 31.12.2010 disponibile presso il sito web dell''Istat all'indirizzo http://demo.istat.it e ad una corrispondente stima relativa al 31.12.2011 basata sulla variazione della popolazione complessiva intervenuta nel 2011 e pubblicata in "Indicatori demografici – stime per l'anno 2011". Con metodologia analoga alla scorsa Relazione, per assunzione sono stati esclusi gli individui con età inferiore agli 11 anni (ciclo scolastico primario) e quelli con età superiore agli 80 anni. Degli individui di età compresa tra le due fasce considerate, sono stati stimati quali effettivi fruitori di servizi mobili il 95%.

Tabella 2.33. *Ricavi unitari per* user *(euro/anno)*

	2010	2011	Var % '11/'10
Spesa finale complessiva	357	351	-1,7
Servizi voce	212	196	-7,6
Servizi dati	93	102	9,4

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

La continua spinta competitiva, alimentata anche dal processo di consolidamento degli operatori mobili virtuali, ha determinato una generalizzata flessione dei ricavi unitari delle principali tipologie di servizi (Tabella 2.34).

I ricavi medi per minuto di traffico voce sono scesi a circa 7 centesimi (-15,5%), quelli per un messaggio sms risultano in flessione di oltre il 3%, mentre la contrazione degli introiti unitari per GB di traffico – grazie anche alla diffusione degli abbonamenti *flat* – è risultato superiore al 24%.

Tabella 2.34. *Ricavi unitari per comunicazioni voce, sms e dati*

	2010	2011	Var % '11/'10
Conversazione voce (cent€/minuto)	8,32	7,03	-15,5
Invio sms (cent€/messaggio)	2,71	2,62	-3,2
Traffico dati (€/GB)*	18,01	13,65	-24,2

* I ricavi da servizi dati considerati fanno riferimento all'accesso ed alla navigazione internet wap, servizi di mobile tv ed agli MMS ed altri contenuti generati da terminali d'utente.
Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Il quadro concorrenziale della telefonia mobile, misurato in termini di ripartizione delle risorse economiche prodotte nel mercato *retail*, vede nel 2011 Vodafone consolidarsi come *market leader* (36,1%), mentre Telecom Italia riduce la propria quota (34,5%). Wind cresce sia nel segmento residenziale che affari, mentre H3G arretra in entrambi i mercati (Tabella 2.35). L'integrazione dei servizi in mobilità con quelli postali e finanziari sembr essere uno dei fattori alla base della crescita conseguita dagli operatori mobili virtuali nel segmento affari (+1,4%), in cui si osserva parallelamente una erosione della quota di mercato di Telecom Italia, che comunque conserva un peso superiore al 51%.

Tabella 2.35. *Quote di mercato nella spesa finale per clientela (%)*[55]

	Spesa finale		- di cui residenziali		- di cui affari	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Telecom Italia	35,7	34,5	31,3	30,5	53,2	51,3
Vodafone	35,9	36,1	39,1	39,2	23,0	23,7
Wind	18,5	19,2	20,8	21,4	9,6	9,8
H3G	8,0	7,6	6,9	6,5	12,4	12,0
MVNO	1,9	2,6	1,9	2,4	1,8	3,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (miliardi di euro)	17,17	16,94	13,74	13,62	3,43	3,31

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

55 Le quote di mercato relative al 2011, a causa di alcune variazioni nelle metodologie di calcolo e di riclassificazioni operate dalle imprese (ad eccezione di "3" tutte presenti sia nella telefonia fissa che mobile) non sono confrontabili con i corrispondenti valori presentati nella scorsa Relazione al Parlamento.

Con l'obiettivo di fornire maggiori elementi utili alla comprensione delle dinamiche concorrenziali vigenti nel mercato della telefonia mobile, nella seguente Tabella 2.36 è indicato, con riferimento alla spesa finale complessiva, il dettaglio della ripartizione delle risorse per tipologia di operatore mobile (MNO/MVNO).

Tabella 2.36. *Spesa degli utenti – Ripartizione delle risorse per tipologia di operatore (%)*

MNO	2010	2011	MVNO	2010	2011
Telecom Italia	36,4	35,4	Poste Mobile	54,2	54,4
Vodafone	36,6	37,1	Fastweb	21,4	17,5
Wind	18,9	19,7	BT Italia	6,6	13,1
H3G	8,2	7,8	Coop Italia	7,0	6,0
Totale	100,0	100,0	Daily Telecom	5,9	5,0
Totale (miliardi di euro)	16,86	16,51	Altri	4,8	4,1
			Totale	100,0	100,0
			Totale (miliardi di euro)	0,32	0,43

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Tra gli operatori mobili virtuali si conferma il successo del *business model* basato sull'integrazione con i servizi di rete fissa tradizionalmente offerti, in particolare, da BT Italia e Fastweb e, soprattutto, di quello basato sull'integrazione con i servizi postali e finanziari adottato da Poste Mobile. Al riguardo, appare di interesse evidenziare come il numero di operazioni aventi valenza economica (e.g. pagamento bollettini, ricariche ecc.) effettuate nel 2011 abbia raggiunto i 19 milioni, con un incremento superiore al 50% rispetto al 2010.

Al riguardo, il valore complessivo delle transazioni economiche effettuate nel 2011 ha raggiunto i 200 milioni di euro (+47%), mentre in termini di intensità di utilizzo, il numero di operazioni "procapite" è incrementato del 12%.

Guardando in dettaglio ai servizi voce e dati (Tabella 2.37) si osserva una flessione superiore all'1% da parte di Telecom Italia; Vodafone non registra variazionidi rilievo mentre Wind con un guadagno dell'1% supera abbondantemente il 19%.

La dinamica concorrenziale appare particolarmente vivace nel segmento dati: Telecom Italia perde l'1,7%, a vantaggio degli mvno e soprattutto di Wind, che guadagna il 2,5%.

Tabella 2.37. *Quote di mercato nei servizi voce e dati (%)*[56]

	Voce + dati		Servizi voce		Servizi dati	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Telecom Italia	36,1	34,8	37,0	36,2	33,9	32,2
Vodafone	36,5	36,5	36,1	35,9	37,4	37,7
Wind	18,4	19,4	19,5	19,9	16,0	18,5
H3G	7,2	6,8	5,3	5,2	11,5	9,9
MVNO	1,8	2,5	2,1	2,9	1,2	1,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (miliardi di euro)	15,00	14,62	10,47	9,69	4,53	4,93

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Nel 2011 il numero di sim attive è cresciuto di oltre 2,2 milioni di unità, delle quali 1,7 milioni sono rappresentate da linee in abbonamento, le quali complessivamente raggiungono il 16,9% del totale (15,5% nel 2010) (Tabella 2.38). La crescita di questo tipo di contratti – che in valore assoluto si distribuisce in modo sostanzialmente equo tra uteza residenziale e affari – da una parte riflette, come già illustrato lo scorso anno, strategie di fidelizzazione messe in atto dalle imprese attraverso offerte *bundle* con formule simili agli abbonamenti, dall'altra essa è dovuta alla diffusione delle sim-dati, commercializzate principalmente attraverso contratti *postpaid*.

Tabella 2.38. *Sim attive per tipologia di clientela e di contratto (in migliaia)*

	Clientela residenziale		Clientela affari		Totale	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Linee attive	81.782	83.425	11.853	12.488	93.636	95.912
- di cui prepagate	77.806	78.511	1.274	1.121	79.080	79.633
- di cui postpagate	3.976	4.913	10.580	11.367	14.556	16.280

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Con riguardo alla ripartizione delle sim attive tra i diversi operatori mobili, nel 2011 si osserva la flessione del peso di Vodafone nel segmento residenziale, in cui crescono in misura omogenea Telecom Italia, Wind e gli Mvno (+0,5% circa ciascuno). Nel mercato *business* H3G registra una flessione (-2,7%), a vantaggio di tutti gli altri operatori e, in particolare, di Vodafone (+1,3%) (Tabella 2.39).

56 Rispetto alla spesa complessiva degli utenti (cfr. precedente Tabella 2.27), sono indicate le quote relative ai soli servizi *core* dei gestori mobili (voce e dati), escludendo pertanto la componente "altri ricavi", ossia gli introiti derivanti dalla vendita di altri servizi e prodotti quali gli apparecchi ed altri terminali e accessori.

Tabella 2.39. *Sim attive per operatore (%)*

	Consistenza complessiva- clientela residenziale- clientela affari					
	2010	**2011**	**2010**	**2011**	**2010**	**2011**
Telecom Italia	33,1	33,6	30,1	30,5	53,7	54,4
Vodafone	32,7	31,2	33,7	31,8	25,8	27,1
Wind	21,3	21,8	23,6	24,3	5,2	5,4
H3G	9,7	9,6	9,1	9,4	13,8	11,2
MVNO	3,2	3,8	3,5	4,0	1,5	1,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Sim complessive (mln)	93,63	95,91	81,78	83,42	11,85	12,49

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Corrispondentemente a quanto precedentemente evidenziato in relazione alla spesa degli utenti, nella Tabella 2.40 sono evidenziati i dettagli della ripartizione delle sim attive (e relativo andamento) per tipologia di operatore.

Tabella 2.40. *Sim attive - Ripartizione per tipologia di operatore (%)*

MNO	**2010**	**2011**	**MVNO[57]**	**2010**	**2011**
Telecom Italia	34,2	34,8	Poste Mobile	55,7	56,1
Vodafone	33,8	32,5	Fastweb	16,6	15,0
Wind	22,0	22,7	Coop Italia	8,0	7,8
H3G	10,0	10,0	Carrefour	1,6	1,1
Totale	100,0	100,0	ErgMobile	5,8	7,0
Sim complessive (mln)	90,60	92,30	Altri	12,3	13,0
			Totale	100,0	100,0
			Sim complessive (mln)	3,03	3,61

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

L'andamento della *customer base* complessiva, determinato dalla dinamica delle linee cedute e da quella riguardante l'acquisizione di nuove linee – principalmente attraverso l'attivazione del servizio di *mobile number portability* – fornisce un significativo indicatore circa lo stato della competizione nel mercato.

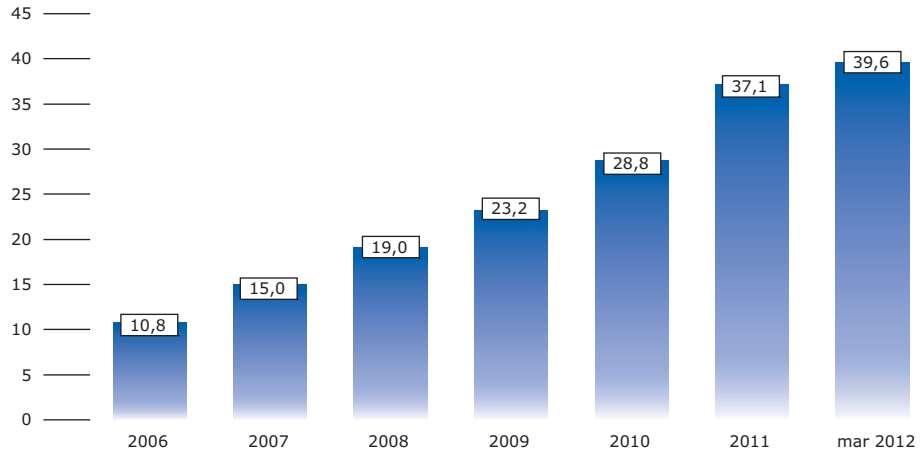
A tal proposito, appare opportuno osservare che la somma delle linee complessivamente acquisite e cedute nel corso del 2011 ha superato i 50 milioni, pari al 53,2% (dato riferito ai soli MNO) delle sim attive medie annue.

Le operazioni complessivamente svolte attraverso il servizio di *Mobile Number Portability* nel 2011 hanno superato i 37 milioni (+8,4 milioni rispetto al 2010) (Figura 2.16), testimoniando un successo dovuto a diversi fattori. Sul versante del mercato, questo risultato si spiega con una competizione sempre più accesa, che vede il ricorso da parte delle imprese ad offerte commerciali particolarmente aggressive, destinate in via esclusiva ai clienti degli altri operatori che, successivamente, attivano il servi-

57 I dati relativi al 2010 differiscono sia da quanto indicato nella tabella 2.38 della scorsa Relazione che da quanto esposto nell'aggiornamento al 4° trimestre 2011 dell'Osservatorio trimestrale disponibile sul sito internet dell'Autorità in quanto, nel corso dell'aggiornamento al 30 marzo 2012, alcuni operatori hanno effettuato interventi di affinamento nei sistemi di rilevazione dei database aziendali che hanno reso opportuno rendere omogenea la serie storica di riferimento.

zio per consentire all'utente di mantenere la numerazione già utilizzata con il precedente operatore. Allo stesso tempo, va sottolineata l'efficacia delle misure regolamentari adottate per l'implementazione del servizio. Peraltro, con l'entrata in vigore della delibera n. 147/11/CIR, i tempi per necessari per l'attivazione del servizio sono stati ulteriormente ridotti a meno di due giorni lavorativi (cfr. *infra* cap. 3.1.2.2).

Figura 2.16. Mobile Number Portability *(2006-marzo 2012, milioni)*



Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

La Tabella 2.41 mostra su base annua la specifica dinamica, per singolo operatore, dell'andamento delle operazini complessive in termini di linee cedute ed acquisite (*donor e recipient*). Quali operatori "donanti" con una flessione di poco inferiore al 3%, H3G e Vodafone sembrano aver messo in atto efficaci strategie di fidelizzazione della propria clientela. Se si guarda all'andamento dei flussi in qualità di operatori "riceventi", si evidenzia il risultato di Telecom Italia che passa da meno del 10% al 22,9%, a scapito di Wind e soprattutto degli operatori mobili virtuali (-8,6%). Al riguardo si può peraltro osservare che – dopo circa quattro anni di presenza sul mercato e con una base clienti che ha visto una crescita assai contenuta nella seconda parte del 2011 (+0,18 milioni contro i 0,4 del primo semestre) – gli Mvno vedono gradualmente attenuare quel profilo di novità che il mercato attribuiva loro e che li ha visti, nello scorso anno, intercettare quasi un cliente su cinque "in uscita" dagli altri operatori.

Tabella 2.41. Mobile Number Portability: *distribuzione tra operatori (%)*

	Donante		**Ricevente**	
	2010	**2011**	**2010**	**2011**
H3G	14,0	11,3	8,2	9,8
Telecom Italia	28,9	31,4	9,6	22,9
Vodafone	32,4	29,6	33,2	31,5
Wind	19,1	22,3	31,3	26,5
MVNO	5,5	5,3	17,8	9,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

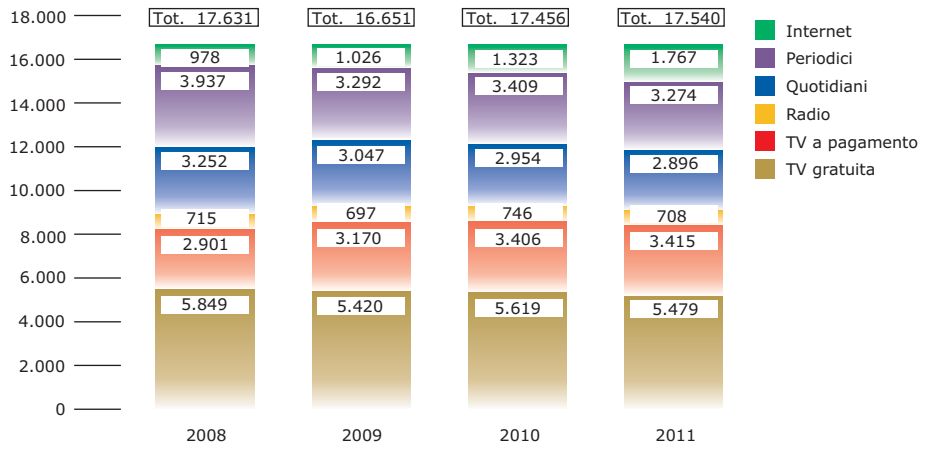
Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

2.2. Il settore dei media

Nel 2011, il settore complessivo dei media (comprensivo sia della pubblicità sia dei ricavi derivanti da offerte a pagamento) ha fatto registrare, in termini nominali, una sostanziale stabilità (+0,5%, che equivale a una contrazione in termini reali di oltre due punti percentuali), dopo la contrazione registrata nel 2009 (-6%) e la ripresa del 2010 (+5%). Questo dato rappresenta il risultato di due dinamiche opposte: da un lato, i media tradizionali (televisione tradizionale, stampa e radio) hanno registrato un calo, dall'altro si è assistito alla crescita dei nuovi media digitali, in particolare legati al mondo internet 2.0. Il 2011 ha visto, quindi, l'affermarsi di forme di accesso alla rete e di fruizione dei contenuti *on line* non più legate strettamente al computer, ma fruibili attraverso *device* di maggiore *appeal* per il pubblico italiano, come gli *smartphone*, i *tablet* e le *connected tv*.

Il grafico successivo illustra l'evoluzione del settore dei media, in termini di risorse, dal 2008 al 2011, offrendo significative indicazioni circa i recenti mutamenti nel peso dei diversi mezzi (Figura 2.17).

Figura 2.17. *Evoluzione delle risorse dei mezzi di comunicazione (milioni di euro)*



(*) Per il 2011, il valore riportato nella Figura rappresenta una stima dell'Autorità.

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Un primo dato interessante è rappresentato dal fatto che, mentre taluni mezzi hanno seguito l'evoluzione appena delineata, ossia discontinua e fortemente influenzata dalla congiuntura economica, alcuni mercati sono cresciuti progressivamente e altri, infine, hanno visto un costante arretramento delle proprie posizioni.

La televisione gratuita è un esempio emblematico di andamento congiunturale, poiché, sebbene abbia continuato negli anni a rappresentare il mezzo in grado di attrar-

re più risorse economiche, ha fortemente risentito della crisi del 2009, ed ha conosciuto, come gli altri mezzi, una ripresa nel 2010, per poi subire ancora la flessione generale del 2011, dovuta principalmente alla drastica diminuzione degli investimenti pubblicitari. Diversamente, la televisione a pagamento ha mostrato un andamento costantemente crescente negli anni, a dimostrazione dell'interesse sempre più marcato del pubblico verso una programmazione fortemente targettizzata e di particolare *appeal*. Infatti, come verrà di seguito approfondito (v. cap. 2.2.1), nell'ultimo anno la componente televisiva tradizionale, legata al palinsesto generalista, ha cominciato a mostrare una certa sofferenza in termini di ascolti, mentre hanno registrato un maggiore dinamismo i nuovi canali tematici diffusi sul digitale terrestre. Tale tendenza va letta unitamente al crescente successo di nuove forme di fruizione dei contenuti televisivi, che dimostrano l'esigenza sempre più avvertita dell'utente di contenuti più personalizzati e consumabili quando e dove si vuole[58].

A ulteriore riprova della rilevata complementarietà tra televisione (in particolare quella in chiaro) e radio, si evidenzia come quest'ultimo mezzo (cfr. par. 2.2.2) abbia presentato negli anni il medesimo andamento della televisione gratuita, cavalcando il *trend* positivo del 2008 e del 2010, ma perdendo risorse negli anni caratterizzati da una congiuntura negativa, come il 2009 e, in misura minore, il 2011.

Mentre per la stampa periodica possono valere le medesime considerazioni testé svolte per la radio, la stampa quotidiana è apparsa in costante declino dal 2008 ad oggi. Tale declino è risultato sempre più evidente nel 2011, anno in cui la stampa tradizionale ha subito un'ulteriore forte contrazione sia in termini di copie vendute che di ricavi pubblicitari. Sul fronte dell'editoria quotidiana, le aziende hanno visto una riduzione cospicua del proprio margine operativo lordo. La flessione degli introiti pubblicitari ha inciso significativamente sui ricavi dell'editoria quotidiana, mentre, nonostante il calo nella diffusione del prodotto, i ricavi da vendita di copie hanno tenuto grazie agli aumenti di prezzo intervenuti nel biennio 2010-2011 (cfr. par. 2.2.3)[59].

Al contrario, i lettori di quotidiani e periodici su internet, nelle relative applicazioni fisse e mobili (pc, *smartphone*, *tablet*), sono risultati in forte crescita, a dimostrazione del perdurante interesse del pubblico per l'informazione, la cultura, l'intrattenimento e la lettura.

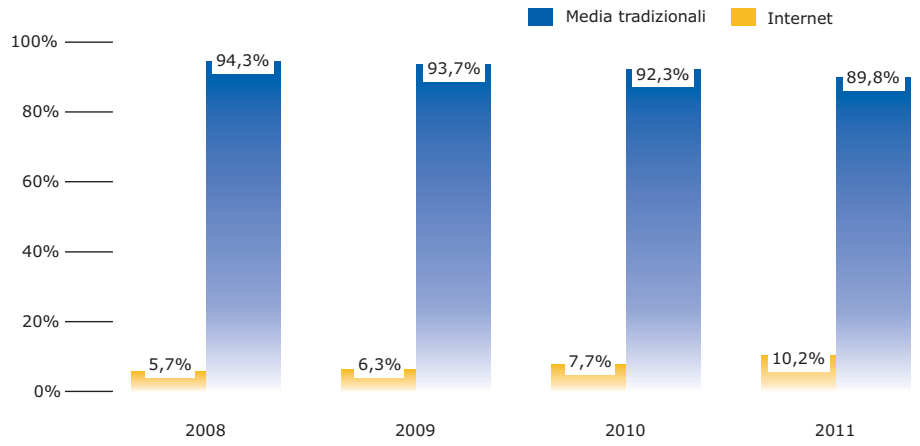
Proprio internet appare il mezzo che, negli anni, ha conquistato un peso sempre maggiore sul totale delle risorse, in linea con il processo di progressiva digitalizzazione che ha caratterizzato il nostro Paese nel più recente passato, confermandosi il mezzo al quale sono connesse le maggiori potenzialità (cfr. par. 2.2.4). Come già osservato, a fronte di un calo consistente della carta stampata in termini di copie vendute, i lettori mostrano una marcata affezione per la fruizione *on line* delle medesime testate, inducendo gli editori a rimeditare le proprie politiche di *business*, offrendo il medesimo prodotto sui nuovi media digitali. Allo stesso modo, a fronte di una cospicua riduzione della raccolta pubblicitaria sui diversi mezzi (cfr. par. 2.2.5), la raccolta pubblicitaria *on line* ha presentato, anche nell'ultimo anno, un *trend* fortemente positivo. Anche l'offerta di servizi media audiovisivi su *web* (SMA) sta conoscendo una decisa proliferazione, mentre continua il successo dei video, che risultano in crescita già da qualche anno.

58 Cfr. "*Osservatorio New Media & New Internet*" del Politecnico di Milano.

59 Nel rapporto FIEG "La stampa in Italia 2009-2011" si segnala altresì la politica di contenimento dei costi che ha caratterizzato il settore anche nell'ultimo anno.

A fronte del diverso andamento tra mezzi tradizionali e nuovi media, il peso dei due ambiti rimane ancora assai diseguale. Emerge, infatti, come le risorse attratte dai nuovi media (circa 10% nel 2011), seppur in costante crescita, risultino ancora fortemente sproporzionate rispetto al peso dei mezzi tradizionali (90%) (Figura 2.18).

Figura 2.18. *Media tradizionali vs. internet*



(*) Per il 2011, il valore riportato nella Figura rappresenta una stima dell'Autorità.

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Ciò testimonia come, nonostante l'evoluzione tecnologica che ha caratterizzato l'economia nazionale nell'ultimo decennio, il pubblico italiano rimanga in buona parte ancorato all'utilizzo dei media tradizionali, al quale il consumo di forme più evolute di fruizione dei diversi prodotti ancora si accompagna, ma non lo sostituisce. Ciò vale in particolare per la televisione, mentre nel caso dell'editoria (quotidiana) la transizione ai nuovi media, iniziata già da qualche anno, ha prodotto risultati significativi.

Come più volte descritto dall'Autorità nei propri provvedimenti, i media costituiscono mercati distinti, ma collegati fra di loro, e presentano una struttura a due versanti. Nel primo versante, i consumatori soddisfano, attraverso il mezzo di comunicazione (televisione, stampa, radio, internet etc.) le proprie esigenze di informazione, comunicazione e intrattenimento. Nel secondo, gli inserzionisti di pubblicità domandano spazi pubblicitari all'editore del mezzo di comunicazione per promuovere i propri prodotti ai consumatori finali in cambio di un numero di contatti pubblicitari realizzati dal mezzo stesso. In questo senso, gli editori dei vari mezzi di comunicazione rappresentano delle piattaforme che mettono in comunicazione i due versanti dei mercati dei media, consumatori, da un lato, inserzionisti, dall'altro.

Mentre l'analisi dei ricavi complessivi dell'offerta pubblicitaria e di intrattenimento degli editori dei mezzi è rilevata dall'Autorità attraverso un sistema di valorizzazione e analisi dei mercati dei media (l'Informativa economica di sistema; cfr. par. 3.2.1.2)

alimentato annualmente dalle comunicazioni cui sono obbligati tutti gli editori di quotidiani e periodici, le emittenti radiotelevisive, gli editori di siti di editoria elettronica e di servizi media audiovisivi nonché le concessionarie che raccolgono pubblicità su tali mezzi, la domanda nei due versanti è invece monitorata attraverso due Osservatori (cfr. par. 3.2.1).

Il primo, riguardante il consumo dei mezzi di comunicazione da parte dei consumatori, è nato *a latere* del procedimento avente ad oggetto l'identificazione dei mercati rilevanti del Sistema integrato delle comunicazioni di cui alla delibera n. 555/10/CONS. Tale Osservatorio permette di monitorare l'evoluzione delle modalità di fruizione dei diversi mezzi di comunicazione e informazione da parte degli utenti, tenuto conto della crescente disponibilità di nuove forme di consumo di prodotti e servizi media, che stanno progressivamente affiancando i mezzi tradizionali (cfr. Relazione annuale 2010).

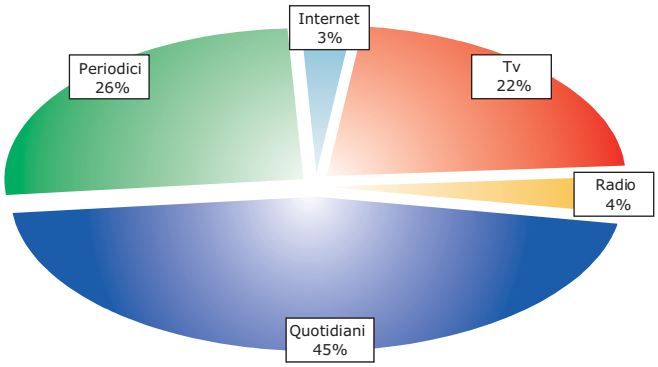
Inoltre, al fine di ricostruire l'andamento complessivo degli investimenti pubblicitari sui diversi mezzi di comunicazione, è stato altresì istituito, nel corso del 2011, un Osservatorio permanente sulla domanda di pubblicità classica e di *below the line* da parte degli inserzionisti (basato su un campione di 1.500 inserzionisti), i cui risultati saranno presentati nel corso del corrente anno.

In vista della presente Relazione annuale, l'Autorità ha ritenuto opportuno effettuare degli ulteriori approfondimenti sul settore dei media. Mentre l'anno scorso l'analisi era stata focalizzata sulla domanda di informazione da parte dei cittadini (attraverso appunto l'Osservatorio sul consumo dei mezzi di comunicazione), quest'anno è stato ritenuto utile concentrare l'attenzione sull'offerta di informazione da parte degli addetti al settore.

In particolare, l'analisi è stata diretta a verificare la presenza più o meno significativa, per ogni mezzo, di soggetti, tipicamente giornalisti, deputati a fornire notizie al pubblico. L'indagine, i cui risultati sono illustrati nel grafico successivo, ha mostrato, a fronte di un numero di giornalisti nel settore dei media superiore a 13 mila, una significativa presenza degli stessi nella stampa (che assorbe oltre il 70% del totale), diversamente da internet e dalla radio, nei quali la componente giornalistica è apparsa poco significativa. La televisione, infine, occupa circa il 20% dei giornalisti italiani.

Tali risultati appaiono legati alle specifiche caratteristiche dei media, secondo cui i quotidiani rappresentano un mezzo quasi esclusivamente informativo (e infatti detengono la maggior quota di giornalisti, con quasi la metà dell'intero panorama informativo, Figura 2.19), la radio è un mezzo prevalentemente di intrattenimento (musicale), mentre i periodici e la televisione presentano caratteristiche intermedie. Quanto infine a internet, da un punto informativo, tale mezzo è in Italia ancora in fase di lancio e molti giornalisti della carta stampata vengono utilizzati anche per l'aggiornamento delle notizie *on line* delle rispettive testate.

Figura 2.19. *Giornalisti per mezzo*

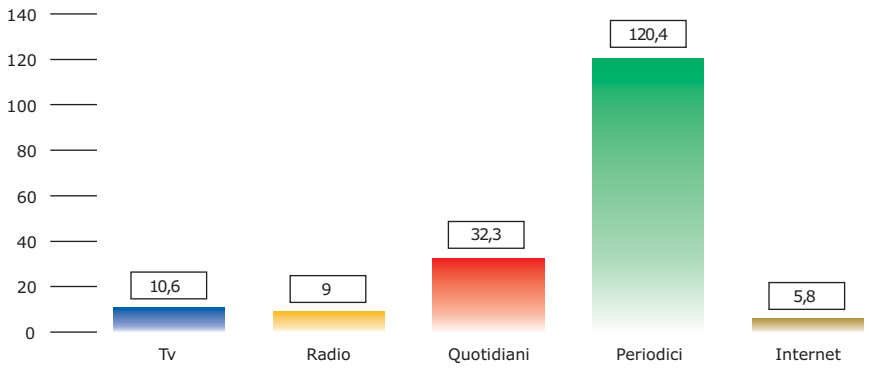


Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Dal confronto tra domanda e offerta di informazione emerge un dato assai interessante. Infatti, nonostante la televisione sia risultata, come già rilevato lo scorso anno, il mezzo di gran lunga privilegiato dal pubblico per acquisire notizie su fatti internazionali, nazionali e locali (con una penetrazione che raggiunge il 90% della popolazione che richiede informazioni), lo stesso media vede invece una quota di personale deputato all'offerta informativa limitata al 22%.

In particolare, dall'analisi congiunta dei dati di domanda e di offerta di informazione in Italia, emerge come i periodici siano il media con il più elevato numero di giornalisti in rapporto ai cittadini che chiedono informazione sul mezzo (circa 120 giornalisti ogni 100.000 cittadini); seguono i quotidiani (32), tv (10), radio (9) ed internet (5). Ciò è il risultato ovviamente dell'interazione tra la domanda di informazione dei cittadini, da un lato (gli italiani chiedono meno informazione su periodici -9% - e radio -19% -, più su tv -90% -, quotidiani -62% - e internet -21% - rispettivamente; cfr. Tabella 2.44 della Relazione Annuale 2010), e l'offerta, dall'altro lato (cfr. Figura 2.20). Da questi dati appare evidente il diverso (e più elevato) rapporto tra offerta e domanda di informazione nell'editoria (quotdiana e periodica) rispetto a quello del comparto radiotelevisivo.

Figura 2.20. *Numero di giornalisti ogni 100.000 cittadini che chiedono informazione sul mezzo*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

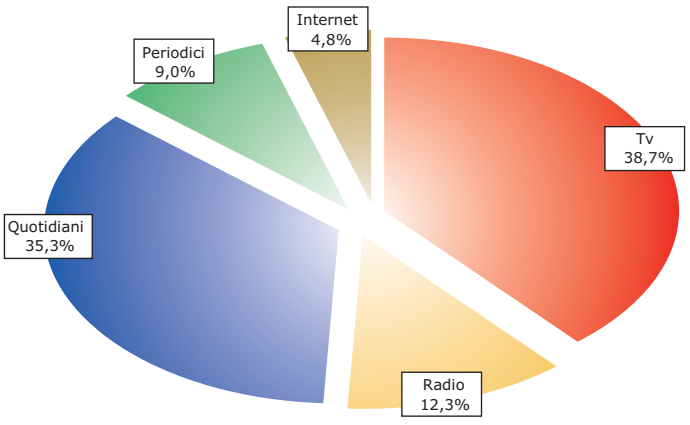
L'enfasi sull'informazione introduce inevitabilmente il tema delle politiche pubbliche volte a supportare l'offerta informativa nel Paese. È infatti in corso, sia a livello politico, sia a livello di associazioni di categoria, un ripensamento sull'entità e le modalità di tale intervento. L'attuale andamento dei conti pubblici impone una allocazione sempre più efficiente e virtuosa delle poche risorse disponibili. Le vigenti previsioni pongono seri dubbi circa il raggiungimento di tale obiettivo. Peraltro, tale discussione si innesta in un dibattito a livello mondiale circa le forme di finanziamento dell'informazione (private ed eventualmente pubbliche) in un contesto di affermazione del digitale.

L'Autorità ha pertanto svolto un approfondimento mirato circa l'entità e gli effetti dell'intervento pubblico nei vari media. In particolare, si è approfondito il ruolo svolto dai contributi pubblici diretti (ossia da provvidenze e convenzioni iscritte dalle imprese a bilancio in una delle voci di ricavo) sulla *performance* economica degli editori dei mezzi, nonché sull'ampliamento del pluralismo dell'informazione. Mentre nei seguenti paragrafi si analizzerà l'effetto di tali interventi nei vari media (tv, radio ed editoria), in questo si introducono alcune brevi riflessioni di ordine più generale. In via preliminare, occorre sottolineare che un'analisi più approfondita, soprattutto in materia di nuove modalità di intervento, va oltre gli obiettivi della presente Relazione annuale e potrà essere l'oggetto di uno specifico approfondimento (in particolare, nel secondo ciclo dell'Osservatorio sul consumo dei mezzi da parte dei cittadini). In questa sede, si forniranno dati quantitativi utili (al Legislatore e non solo) per un'analisi del fenomeno.

In primo luogo, nel 2010, l'entità di tali contributi (prescindendo quindi dalle altre forme indirette di sostegno pubblico) è stata pari a poco meno di 500 milioni di euro (includendo anche le provvidenze erogate alle agenzie di stampa).

La distribuzione di tali contributi per mezzo di informazione (cfr. Figura 2.21) vede, in secondo luogo, uno sbilanciamento a favore di tv e quotidiani (che complessivamente raccolgono oltre il 70% delle provvidenze), mentre per radio, periodici ed internet l'entità dell'intervento pubblico è più marginale. Ciò peraltro appare in linea con il ruolo svolto, almeno dal lato della domanda, dal sistema televisivo e dell'editoria quotidiana nel soddisfare la richiesta di informazione dei cittadini.

Figura 2.21. *Distribuzione dei contributi pubblici diretti suddivisi per media*

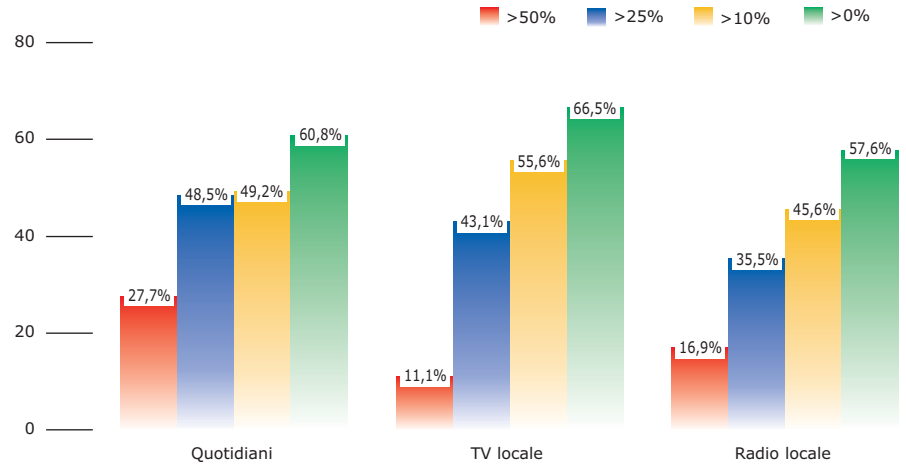


Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Tuttavia, come verrà evidenziato nei prossimi paragrafi, l'entità di tale intervento, peraltro di natura strutturale e durevole, non appare trovare apprezzabile riscontro in termini di ampliamento del panorama informativo in Italia. In questa sede, appare utile considerare un ulteriore effetto di tale intervento.

Al momento, i quotidiani (nazionali e locali), le tv e radio locali[60] che percepiscono i contributi pubblici rappresentano circa il 60% dell'intera popolazione dei soggetti esercenti tali attività (cfr. Figura 2.22). Inoltre, per il 40% dei quotidiani, il 35% delle tv locali, ed il 30% delle radio locali che ricevono contributi pubblici, tale posta economica rappresenta un quarto del proprio fatturato. Ciò in una situazione economica in cui la redditività operativa di tali soggetti è mediamente negativa.

Figura 2.22. *Distribuzione delle imprese per peso, sul fatturato, dei contributi diretti (%)*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Appare pertanto potersi concludere, come tali contributi, generalmente erogati in modo non selettivo, non solo non appaiono in linea con gli obiettivi a cui sono volti, ma non sembrano nemmeno soddisfare criteri di efficienza allocativa statica e dinamica, avendo peraltro creato un sistema fortemente dipendente dall'intervento pubblico. Il ripensamento in atto di dette misure dovrà quindi rispondere maggiormente a criteri di efficienza e di selettività, e più in generale basarsi su una attenta valutazione dei costi e dei benefici economico-sociali dell'intervento pubblico.

60 L'approfondimento è stato svolto su quotidiani (nazionali e locali), nonché su radio e Tv locali, in quanto soggetti maggiormente destinatari di tali interventi.

2.2.1. La televisione

Quadro introduttivo: cambiamenti normativi ed evoluzione di mercato

La spinta innovativa indotta dalla digitalizzazione dei servizi audiovisivi che ha caratterizzato il settore televisivo nel 2010 è proseguita nel 2011, determinando ulteriori mutamenti sia nei modelli di offerta degli operatori sia nelle modalità di fruizione dei contenuti televisivi. Lo schermo televisivo si conferma ancora il mezzo di fruizione dei contenuti audiovisivi con la maggiore penetrazione tra le famiglie, mentre il computer stenta ad affermarsi come reale sostituto per il consumo di servizi televisivi, sia in termini di disponibilità che di qualità.

Dal punto di vista tecnologico, il miglioramento delle *performance* delle reti *broadband* residenziali, unitamente alla diffusione di *connected device*, ha favorito la progressiva integrazione della televisione digitale tradizionale con l'ambiente internet-web, dando vita ad un sistema intermedio tra IPTV e *Web* TV, in cui i servizi di accesso a contenuti video e multimediali sono erogati agli utenti dotati di connessioni a larga banda da *service provider* che operano spesso indipendentemente dai *provider* dei servizi a larga banda. Tale sistema, denominato "*Over-the-Top*" (OTT), consente quindi di associare alle trasmissioni televisive tradizionali, legate ad un palinsesto predefinito, una vasta gamma di servizi e contenuti provenienti da internet, fruibili *anytime* e *anywhere* attraverso lo schermo televisivo grazie a dispositivi "ibridi" connettibili[61].

A fine 2011, risultano in crescita le famiglie italiane dotate di dispositivi atti alla ricezione di servizi e contenuti attraverso piattaforme *IP-based over the top* sul proprio schermo televisivo[62], così come l'interesse verso una maggiore personalizzazione e flessibilità del consumo dei servizi audiovisivi spinge gli attori del mercato a proporre nuove offerte di *smart TV*[63] e *catch-up TV*. I *broadcaster*, in particolare, ambiscono a orientare le proprie offerte verso modelli *pay*, vincendo la diffidenza dei fornitori di contenuti pregiati a rendere disponibili contenuti ad alto valore su internet. Allo stesso modo, gli operatori *multi-play* mirano a sfruttare il legame tra *broadband* e televisione incoraggiando i clienti ad abbonarsi a pacchetti in *bundle*.

Il contenuto televisivo conserva quindi tutto il suo *appeal*, come confermato dallo sviluppo di forme di consumo basate sulla ricerca attiva del contenuto stesso in internet, e dal legame sempre più stringente fra prodotto audiovisivo e *social network/blog*,

61 La connessione della televisione ai servizi a banda larga può essere diretta (*connected tv*), e in questo caso i contenuti sono offerti direttamente dai fornitori di apparati televisivi, ovvero realizzata mediante una CPE (*customer premises equipment*), ossia uno specifico dispositivo *hardware* connesso alla rete domestica dell'utente a larga banda – tipicamente il *set-top box* IPTV che collega la rete domestica all'apparecchio televisivo – ma anche lettori *Blu-ray* e *game console* dotati di porte per la connessione ai servizi broadband.

62 Si stima che, entro il 2013, il numero di televisori e lettori *Blu-ray* connettibili alla rete presenti nelle abitazioni italiane sarà di circa 10 milioni, interessando oltre il 40% delle famiglie italiane.

63 Questo modello è basato su tecnologie in grado di veicolare in via prioritaria il traffico video attraverso *content delivery network* commerciali gestite non solo dagli operatori di rete, ma anche da soggetti indipendenti. Ne sono un esempio il servizio Cubovision offerto da Telecom Italia, basato su piattaforma OTT accessibile attraverso web, *connected tv* e *set-top-box* proprietario e il servizio Chili tv di Fastweb, basato su piattaforma OTT accessibile attraverso *connected tv*, decoder Telesystem e altri *device*.

che non rappresentano più soltanto i luoghi virtuali dove gli utenti scambiano informazioni e commenti su di un programma televisivo, ma anche dove gli stessi personaggi televisivi promuovono i propri programmi alimentando il confronto con gli spettatori e il legame fra piccolo schermo e la rete.

Così come è già avvenuto per l'editoria quotidiana e periodica, anche per la televisione gli operatori tradizionali vedono minacciato il proprio ruolo di aggregatori di contenuti, ed anche la propria fonte privilegiata di ricavi, rappresentata dalla raccolta pubblicitaria, rischia di venire erosa, non solo come conseguenza del calo degli ascolti, ma anche dalla progressiva affermazione di modelli alternativi di reperimento delle risorse pubblicitarie basati sulla maggiore "targettizzazione" degli utenti permessa dalla rete. In tale contesto, è sempre più avvertita l'esigenza, da parte degli operatori tradizionali, di riformulare le proprie strategie per non soccombere di fronte alla rapida ascesa dei nuovi aggregatori del web 2.0.

Ciò posto, va rilevato che, anche in presenza degli evidenziati sviluppi di nuove piattaforme e di *device* innovativi, la televisione tradizionale conserva ancora tutta la sua centralità e, solo quest'anno, si è iniziata a registrare un'erosione degli ascolti delle reti generaliste e uno spostamento dell'*audience* verso canali maggiormente targettizzati e nuove piattaforme.

Si pone dunque l'esigenza per l'Italia di sfruttare le occasioni dettate dal progresso tecnologico ed economico, favorendo lo sviluppo di nuove forme di fruizione di contenuti audiovisivi. Questo sviluppo tecnologico rappresenta infatti un'importante occasione per allargare la platea degli operatori, ampliare la gamma dei servizi, in chiaro e a pagamento, disponibili al consumatore, con evidenti ricadute sugli assetti concorrenziali e sul pluralismo dell'informazione.

Allo stesso modo, si afferma la necessità di contrastare gli elementi ostativi a tale processo, fra i quali, prima di tutto, la disponibilità di banda sufficiente per una fruizione dei servizi priva di interruzioni – che risulta dipendere dallo stato di congestione della rete messa a disposizione dall'operatore infrastrutturato – e, inoltre, la necessità di disporre di contenuti appetibili per gli utenti, vincendo le resistenze dei detentori degli stessi alla diffusione sulla rete. Infatti, da questo punto di vista, si segnala il ritardo dell'Italia rispetto ad altri Paesi nello sviluppo di un mercato di contenuti digitali via IP, che rischia di penalizzare ulteriormente la tuttora limitata crescita delle offerte sul nuovo protocollo.

Dal punto di vista normativo, la legge 13 dicembre 2010, n. 220, recante "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge di stabilità 2011)", ha stabilito che le frequenze nella banda da 790 MHz a 862 MHz (canali 61-69 UHF) sono destinate al servizio mobile terrestre a partire dal 1° gennaio 2013. Di conseguenza, in armonia con le Raccomandazioni adottate in sede comunitaria e parallelamente a quanto già stabilito dagli altri Paesi europei, 9 canali vengono così sottratti al servizio di radiodiffusione televisiva e vanno a costituire il c.d. "dividendo esterno". Tale previsione ha imposto un adeguamento del Piano Nazionale di assegnazione delle frequenze e dei piani di dettaglio finalizzato ad assicurare, nelle aree non ancora pianificate, la disponibilità dei canali 61-69 mentre, nelle aree già transitate al digitale, è consentita la prosecuzione degli impianti operanti su tali canali fino al termine del processo di digitalizzazione sull'intero territorio. La previsione descritta ha quindi imposto un'accelerata al calendario stabilito per il passaggio al digitale terrestre, che dovrebbe essere quindi completato entro il primo semestre del 2012.

Quadro generale

Dopo la contrazione del 2009 e la ripresa del 2010, nell'ultimo anno si è registrata ancora una flessione (-1,4%), che ha interessato soprattutto la televisione gratuita e che ha portato il totale delle risorse economiche al di sotto dei 9 miliardi di euro (Tabella 2.42)[64]. Rispetto al 2010, nel quale i mercati della televisione gratuita e a pagamento avevano conosciuto, in rapporto all'anno precedente, tassi di crescita analoghi, e pari al 4,5%, i ricavi della televisione gratuita hanno subito una perdita del 2,5%, mentre la televisione a pagamento, registrando una sostanziale stabilità (+0,3%), ha visto crescere il suo peso sul totale delle risorse televisive (dal 37,7% del 2010 al 38,4% del 2011).

Tabella 2.42. *Ricavi complessivi della televisione suddivisi per mercato rilevante*

	Ricavi (Mln. euro)		Δ 2011/2010	Incidenza sul totale (2011)
	2010	2011*		
TV gratuita	5.618,78	5.479,44	-2,5%	61,6%
TV a pagamento	3.406,17	3.414,90	0,3%	38,4%
Totale	9.024,95	8.894,34	-1,4%	100,0%

* Valori stimati.
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

La flessione dei ricavi complessivi della televisione è da imputarsi principalmente alla contrazione degli investimenti pubblicitari che ha caratterizzato l'ultimo anno. Mentre nel 2010 si era assistito ad una forte ripresa degli introiti pubblicitari, che avevano registrato, rispetto al 2009, un aumento del 7,5%, il 2011 ha visto una flessione dei medesimi pari al -4,2%. Come emerge dalla Tabella 2.43, la pubblicità continua comunque a rappresentare la principale fonte di finanziamento, soprattutto della televisione in chiaro, e mantiene quindi una forte incidenza, pari al 46,1% delle risorse televisive totali. In controtendenza con i ricavi pubblicitari, rispetto all'anno precedente, il canone del servizio pubblico radiotelevisivo e le offerte a pagamento hanno conosciuto un lieve incremento (rispettivamente 1,4% e 0,9%), comunque minore rispetto a quello che aveva caratterizzato il 2010 in relazione al gettito dell'anno precedente. Ciò ha determinato ovviamente un aumento del peso delle due ultime componenti sul totale delle risorse televisive.

64 In questo e nei prossimi paragrafi il valore delle risorse dei mercati media è misurato in termini di ricavi *retail*, escludendo pertanto la parte del fatturato che si riferisce alle attività *wholesale* (nel caso televisivo, vendita di capacità trasmissiva, vendita di contenuti, ecc.). Ciò in quanto i mercati rilevanti definiti ai fini della tutela del pluralismo prevedono, *ex lege*, solo la componente *retail*, mentre quella *wholesale* afferisce ad altri ambiti di mercato analizzati in ambito *antitrust* (ad esempio, quelli del *broadcasting* televisivo e delle infrastrutture per la radiodiffusione televisiva. Cfr. C11205 – Elettronica Industriale/Digital Multimedia Technologies, provvedimento Agcm n. 23117 del 14 dicembre 2011).

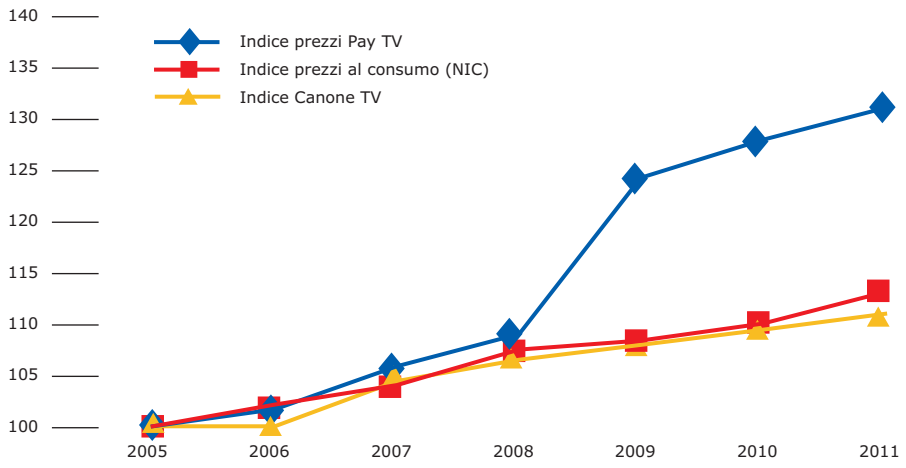
Tabella 2.43. *Ricavi complessivi della televisione suddivisi per tipologia*

	Ricavi (Mln. euro) 2010	2011*	Δ 2011/2010	Incidenza sul totale (2011)
Canone**	1.586,15	1.607,72	1,4%	18,1%
Offerte a pagamento	3.006,60	3.034,07	0,9%	34,1%
Pubblicità	4.282,36	4.102,70	-4,2%	46,1%
Provvidenze/Convenzioni***	149,85	149,85	0,0%	1,7%
Totale	9.024,95	8.894,34	-1,4%	100,0%

* Valori stimati.
** Allo scopo di pervenire ad una corretta imputazione della quota di canone da attribuire all'attività televisiva, si è tenuto conto dello schema di contabilità separata della RAI, riferito all'esercizio 2010, e dei relativi aggregati contabili: il canone da attribuire alla diffusione televisiva è stato calcolato applicando al valore totale una percentuale pari alla quota di costi diretti attribuiti a tale attività sul totale dei costi diretti imputati al servizio pubblico (c.d. aggregato A della contabilità regolatoria).
*** Il dato è ipotizzato costante nel 2011.
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Mentre la crisi della componente pubblicitaria è chiaramente legata a quella dei ricavi dei maggiori inserzionisti, che in quest'anno di recessione hanno visto diminuiti i propri budget pubblicitari, il rallentamento della crescita delle offerte a pagamento è connesso all'evoluzione del reddito reale dei consumatori. In questo senso, la perdita di potere d'acquisto registrata in questi anni dai consumatori è ancora maggiore nel caso della *pay-tv* perché, come si evince dalla Figura 2.23, i prezzi delle offerte a pagamento sono cresciuti, dal 2005 ad oggi, in modo più sostenuto dell'indice generale dei prezzi. Viceversa, il canone, ossia la tassa sulla detenzione di apparecchi riceventi il segnale televisivo, ha seguito un'evoluzione in linea con quella dell'inflazione.

Figura 2.23. *Andamento dei prezzi dei servizi televisivi*



Fonte: Istat

Analizzando la posizione dei diversi operatori nel settore televisivo come riportata nella Tabella 2.44, emerge come le risorse complessive del settore siano tuttora detenute, per oltre il 90%, da Mediaset, Rai e Sky Italia, anche se tutti e tre gli operatori hanno registrato, in termini assoluti, una flessione rispetto al 2010, principalmente imputabile alla contrazione dei ricavi pubblicitari. In termini proporzionali, l'ultimo anno ha visto una lieve variazione del peso dei suddetti operatori sul totale delle risorse del settore, con un lieve aumento di Mediaset e Rai rispetto a Sky. In controtendenza, Telecom Italia, attraverso la controllata Telecom Italia Media, ha registrato un *trend* inverso e una crescita della componente pubblicitaria dei propri ricavi, grazie alle performance di La7. La sua incidenza sul totale delle risorse del settore è quindi aumentata, anche se comunque rimane al di sotto del 2%. I rimanenti operatori di televisione in chiaro e a pagamento raccolgono complessivamente il 7,6% delle risorse complessive, e presentano quote individuali tendenzialmente in calo e largamente inferiori a quella del quarto gruppo televisivo italiano.

Tabella 2.44. *Ricavi televisivi suddivisi per operatore*

	Ricavi (Mln. euro)		Δ 2011/2010	Incidenza sul totale (2011)
	2010	2011*		
Mediaset	**2.893,16**	**2.865,75**	**-0,9%**	**32,2%**
Pubblicità	2.433,37	2.347,90	-3,5%	
Offerte Pay	458,35	516,41	12,7%	
Provvidenze/Convenzioni***	1,44	1,44	0,0%	
NewsCorp. / Sky Italia	**2.706,44**	**2.657,53**	**-1,8%**	**29,9%**
Pubblicità	268,92	244,61	-9,0%	
Offerte Pay	2.437,52	2.412,92	-1,0%	
RAI	**2.571,93**	**2.537,61**	**-1,3%**	**28,5%**
Canone**	1.586,15	1.607,72	1,4%	
Pubblicità	946,58	890,69	-5,9%	
Provvidenze/Convenzioni***	39,20	39,20	0,0%	
Telecom Italia Media	**154,15**	**160,41**	**4,1%**	**1,8%**
Pubblicità	154,15	160,41	4,1%	
Altri operatori	**699,27**	**673,04**	**-3,8%**	**7,6%**
Pubblicità	479,33	459,10	-4,2%	
Offerte Pay	110,74	104,73	-5,4%	
Provvidenze/Convenzioni***	109,21	109,21	0,0%	
Totale	**9.024,95**	**8.894,34**	**-1,4%**	

* Valori stimati.
** Allo scopo di pervenire ad una corretta imputazione della quota di canone da attribuire all'attività televisiva, si è tenuto conto dello schema di contabilità separata della RAI, riferito all'esercizio 2010, e dei relativi aggregati contabili: il canone da attribuire alla diffusione televisiva è stato calcolato applicando al valore totale una percentuale pari alla quota di costi diretti attribuiti a tale attività sul totale dei costi diretti imputati al servizio pubblico (c.d. aggregato A della contabilità regolatoria).
*** Il dato è ipotizzato costante nel 2011.
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Domanda di intrattenimento e di informazione televisiva

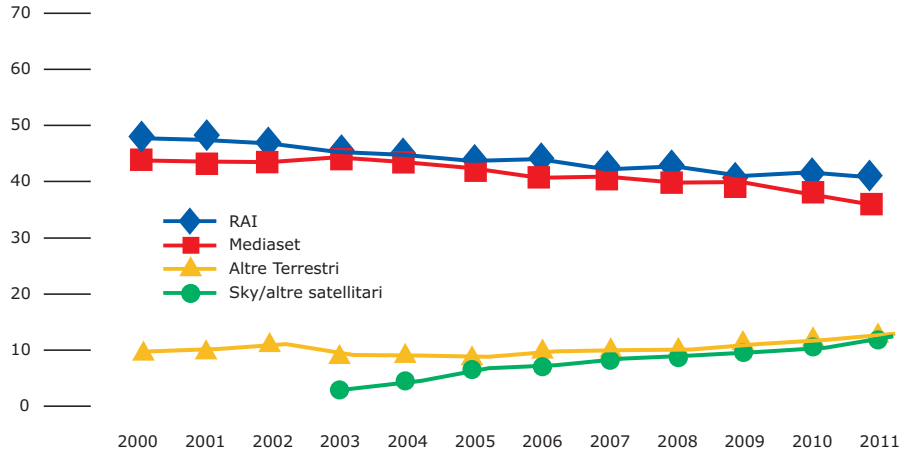
Anche nel 2011, nonostante la flessione dell'*audience* che ha interessato le emittenti generaliste (cfr. *infra*), l'analisi dinamica dei dati di ascolto – basata sullo *share* nel giorno medio (Figura 2.24) – mostra come le posizioni degli operatori storici siano tuttora caratterizzate da una incontrastata predominanza. In particolare, rispetto al 2010, RAI continua a superare il 40%, nonostante la perdita di un punto percentuale, mentre Mediaset ha registrato un decremento del 2%, attestandosi sul 35,3%. Tale perdita è da ascriversi principalmente alla flessione dei sei canali generalisti delle due emittenti (RAI 1, RAI 2, RAI 3, Rete 4, Canale 5 e Italia 1), il cui *share* medio giornaliero è passato dal 73% del 2010 al 67% del 2011. Questa perdita, di quasi 6 punti percentuali, è stata solo in parte recuperata attraverso la crescita della quota di ascolto realizzata da Rai e Mediaset attraverso i rispettivi canali tematici (superiore all'8% nel 2011, con un incremento di oltre 3 punti percentuali rispetto al valore dell'anno precedente). I due operatori raggiungono quindi, tuttora, il 75,5% dell'*audience*.

Rispetto agli operatori storici, il percorso delle altre emittenti terrestri appare in ascesa, registrando, nell'ultimo anno, un incremento dell'1% e passando quindi dall'11,3% del 2010 al 12,4% del 2011. In particolare, La7 ha incrementato in un anno la propria quota di ascolti dal 3,07% al 3,87%, mentre la rimanente crescita è stata dettata dall'affermazione di alcuni canali tematici in chiaro (v. *infra*).

Allo stesso modo, le emittenti satellitari hanno proseguito la propria ascesa, soprattutto grazie all'offerta sempre più articolata della piattaforma Sky, conquistando nell'ultimo anno un risultato tanto più significativo se rapportato alla flessione delle principali emittenti terrestri. Nel 2011, gli ascolti dei canali del *bouquet* a pagamento di Sky (comprensivi dei canali di Fox) sono passati, infatti, dal 4,9% al 5,2%, mentre il satellite, complessivamente considerato, ha raggiunto quasi il 12% dell'*audience share* media. Su questo fronte, si segnala anche la lenta crescita della piattaforma satellitare gratuita Tivusat, nata con lo scopo di raggiungere le aeree non coperte dal digitale terrestre, che sta conquistando la propria fetta di mercato.

Pertanto, dal punto di vista dell'*audience*, emerge, da un lato, una certa inerzia nelle posizioni degli operatori (con i primi due che ancora detengono tre quarti degli ascolti, ed i primi quattro circa l'85%), dall'altro lato, un declino dei canali generalisti a fronte della decisa affermazione dei canali tematici, evidenziando un interesse degli spettatori per programmi maggiormente rispondenti al proprio target di riferimento e, quindi, per una fruizione più personalizzata del prodotto televisivo.

Figura 2.24. *Analisi dinamica dell'*audience *media annuale (2000-2011)*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Auditel

Operando un raffronto dal 2010 ad oggi fra le modalità di ricezione del prodotto televisivo da parte degli utenti, i cambiamenti prodotti dal processo di digitalizzazione in corso emergono in modo dirompente. Il processo di *switch-over* è, infatti, in fase di completamento e la maggior parte della popolazione fruisce dei contenuti audiovisivi in tecnologia digitale terrestre. Secondo le stime relative al 2012, illustrate nella Tabella 2.45, la televisione analogica, la cui *audience share*, solo nel 2010, era nettamente superiore a quella delle altre piattaforme, detiene ormai un ruolo residuale e si appresta ad essere completamente sostituita dal digitale terrestre. Quest'ultimo, ad oggi, registra un'audience *share* del 72% circa, in crescita, rispetto al 2010, del 37%. Anche il digitale satellitare appare in continua ascesa e conquista, a marzo 2012, una quota di ascolti del 16,6%, mentre l'IPTV rimane confinata ad un marginale e decrescente 0,2%.

Nonostante la crescita del satellite, il fenomeno più marcato si conferma essere, anche per quest'anno, il processo di sostituzione, dal lato della domanda, della modalità di ricezione analogica con quella digitale terrestre. Il rallentamento della crescita dell'IPTV, specialmente se letto alla luce di quanto già rilevato circa il crescente successo ottenuto da nuove modalità di fruizione dei contenuti audiovisivi, rappresenta invece un fenomeno compensato – ed in parte spiegato – dal contestuale sviluppo, sia da parte degli stessi operatori di telecomunicazione che dai nuovi *player*, di una nuova generazione di piattaforme per la distribuzione di contenuti audiovisivi via IP.

Tabella 2.45. *Ascolti televisivi per piattaforma*

	Marzo 2010		Marzo 2012	
Piattaforma	**Ascolto medio**	**Share (%)**	**Ascolto medio**	**Share (%)**
Analogica	5.055.873	48,0	1.196.198	11,0
Digitale terrestre	3.763.948	35,7	7.814.445	71,9
Satellitare	1.586.942	15,1	1.807.831	16,6
IPTV	29.845	0,3	20.074	0,2

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Auditel

Anche da un punto di vista informativo le nuove televisioni fanno segnare un crescente ruolo nel panorama nazionale (v. Tabella 2.46). Ad esempio, il telegiornale di La7, nel 2011, è arrivato a segnare valori di ascolto tra il 5% (fascia mattutina e giornaliera) ed il 10% (fascia serale). In questo caso, tuttavia, il ruolo della *pay tv* è più limitato se si pensa che il maggiore telegiornale della tv a pagamento (Sky TG 24) non supera lo 0,5% di *share*. In calo invece, anche se con posizione assai differenziate, gli ascolti dei maggiori telegiornali. In particolare, l'ultimo anno ha fatto segnare rilevanti perdite negli ascolti dei due principali TG (TG1 e TG5), che nella fascia più seguita (quella serale), hanno perso complessivamente circa 5 punti percentuali, pari a 1 milione di telespettatori.

Tabella 2.46. Audience *dei principali Tg nel 2010 e 2011*

			2010		2011	
Canale	**Testata**	**Fascia oraria**	**Share (%)**	**Telespettatori medi (.000)**	**Share (%)**	**Telespettatori medi (.000)**
RAI 1	TG1	mattina	26,51	1.315	25,57	1.466
RAI 3	TG3	tarda mattinata	12,34	1.208	13,43	1.308
CANALE 5	TG5	mattina	23,54	1.282	22,49	1.292
LA 7	TG LA 7	mattina	4,76	228	4,86	249
Sky TG 24	Sky TG 24	mattina	0,88	40	0,93	52
RAI 1	TG1	giorno	26,74	4.529	24,01	4.257
RAI 2	TG2	giorno	18,07	2.858	18,76	3.059
RAI 3	TG3	giorno	11,90	1.806	12,65	2.007
RAI 3	TGR	giorno	n.d.	n.d.	17,14	2.943
CANALE 5	TG5	giorno	24,29	3.901	21,82	3.623
ITALIA 1	STUDIO APERTO	giorno	20,93	2.674	19,53	2.554
LA 7	TG LA 7	giorno	3,66	536	5,70	1.009
Sky TG 24	Sky TG 24	giorno	0,37	53	0,45	76
RAI 1	TG1	sera	26,91	5.915	23,66	5.300
RAI 2	TG2	sera	9,60	2.311	9,96	2.450
RAI 3	TG3	sera	14,38	2.245	14,70	2.344
RAI 3	TGR	sera	n.d.	n.d.	15,23	2.921
RETE 4	TG4	sera	6,42	1.002	6,06	977
CANALE 5	TG5	sera	22,38	4.911	20,11	4.515
ITALIA 1	STUDIO APERTO	sera	10,72	1.351	9,70	1.266
LA 7	TG LA 7	sera	4,98	1.079	9,55	2.166
Sky TG 24	Sky TG 24	sera	0,22	50	0,32	55

Fonte: elaborazioni Nielsen e Geca (per Agcom) su dati Auditel

La TV gratuita

Tra la fine del 2011 e l'inizio del nuovo anno le famiglie dotate di almeno un ricevitore digitale terrestre nella propria residenza principale hanno raggiunto circa 22,3 milioni, con una crescita di circa 600 mila unità rispetto al dato di ottobre. La penetrazione del digitale terrestre ha interessato, quindi, l'89,5% del totale delle famiglie italiane. In particolare, nel corso del 2011, il numero delle famiglie in possesso di un decoder o di un televisore integrato è incrementato di circa 2,8 milioni. L'aumento dei canali televisivi disponibili in ragione del passaggio al digitale, ma anche il progressivo affermarsi di nuove modalità di consumo del prodotto televisivo hanno ampliato le scelte del pubblico, maggiormente incline a ricercare contenuti più rispondenti al proprio specifico *target* di riferimento.

Il 2011 ha visto il lancio di nuovi canali nazionali gratuiti (Tabella 2.47): in particolare, Mediaset ha affiancato a La5, indirizzato ad un pubblico femminile, il nuovo Mediaset Italia 2, canale tematico a target maschile e giovanile. Il palinsesto di Italia 2 è infatti composto da serie TV, film, cartoni animati ed eventi sportivi, oltre alla riproposizione di alcuni programmi TV di Italia 1, a cui la rete è affiliata, e possiede la particolarità di essere suddiviso in *zone*, ognuna a carattere tematico; tra di esse, degna di nota è la *U Zone*, realizzata dagli stessi telespettatori attraverso i loro video amatoriali. Da un punto di vista informativo, Mediaset ha lanciato il proprio canale *all news*, TgCom24, che si affianca a quello di RAI (RAINews 24) e, relativamente alla tv a pagamento, a quello di Sky (SkyTG24).

Anche Discovery ha proposto sul digitale terrestre e sulla piattaforma satellitare di Sky un nuovo canale, denominato DMAX, caratterizzato da una programmazione dedicata al pubblico maschile costituita da docu-reality che trattano di motori, disastri, natura, crimini e lifestyle (c.d. *factual entertainment*).

Tra i nuovi canali tematici gratuiti nazionali si segnala anche il lancio da parte del Gruppo L'Espresso di un nuovo canale di musica, Radio Capital Tivù: si amplia, in tal modo, l'offerta televisiva del gruppo che si compone anche del canale musicale Deejay Tv e di quello informativo Repubblica Tv.

Tabella 2.47. *Offerta televisiva nazionale in chiaro: i principali canali*

Canale	Analogico	Nativo digitale (DTT, satellite, IPTV)	Editore	Genere
Rai 1	X	X	RAI	generalista
Rai 2	X	X	RAI	generalista
Rai 3	X	X	RAI	generalista
Rai 4		X	RAI	ragazzi
Rai 5		X	RAI	cultura
Rai Sport 1		X	RAI	sport
Rai Sport 2		X	RAI	sport
Rai News 24		X	RAI	informazione
Rai Scuola		X	RAI	cultura
Rai Storia		X	RAI	cultura
Rai Gulp (anche+1)		X	RAI	bambini
Rai Movie		X	RAI	cinema
Rai Premium		X	RAI	generalista
Rai Yoyo		X	RAI	bambini
Canale 5 (anche +1 e HD)	X		Mediaset	generalista
Italia 1 (anche +1 e HD)	X		Mediaset	generalista
Rete 4 (anche +1)	X		Mediaset	generalista
Boing (anche +1)		X	Mediaset	bambini
Iris		X	Mediaset	cultura/cinema
La5		X	Mediaset	femminile
Mediaset Extra		X	Mediaset	generalista
Italia 2 Mediaset		X	Mediaset	ragazzi
TgCom24		X	Mediaset	informazione
La7		X	Telecom Italia Media	generalista
La7D		X	Telecom Italia Media	femminile
MTV	X		Telecom Italia Media	musica
MTV Music		X	Telecom Italia Media	musica
Odeon 24	X		Profit Group	generalista
Canale Italia	X		Canale Italia	generalista
7Gold	X		Italia 7 Gold	generalista
Deejay TV	X		Gruppo Editoriale L'Espresso	musica
Repubblica TV		X	Gruppo Editoriale L'Espresso	informazione
TG Norba 24		X	Telenorba	informazione
Cielo		X	Sky Italia	generalista
Real Time (anche +1)		X	Discovery	lifestyle
DMAX		X	Discovery	maschile
Nuvolari		X	SitCom	macchine
K2		X	Switchover	bambini
Frisbee		X	Switchover	bambini
Coming Soon		X	Anica	cinema
Class News		X	Class	informazione
SportItalia		X	Interactive	sport
SportItalia2		X	Interactive	sport
SportItalia24		X	Interactive	sport

Fonte: Autorità

Come già osservato, nel 2011, si è assistito ad una flessione più marcata dell'*audience* dei canali gratuiti generalisti, accompagnata da uno spostamento dell'utenza verso i canali tematici.

Secondo i dati diffusi da Auditel, tra settembre e ottobre 2011, le 6 reti generaliste hanno perso in prima serata, rispetto allo stesso periodo del 2010, il 7,7% complessivo di *share*, pari a 2.371.000 telespettatori.

La perdita più consistente ha riguardato le due ammiraglie della tv generalista: Rai 1 e Canale 5. Rai 1 è scesa ad uno *share* del 20% (solo nel 2006 era al 23%), Canale 5 nell'autunno 2011 addirittura sotto il 18%. Ma anche Italia 1, Rete 4 e Rai 2 hanno fatto segnare un calo tra il 4 e il 7%. Le uniche eccezioni sono state rappresentate, invece, da Rai 3 e La7.

Il decremento di *share* è stato, come detto, in parte riassorbito dai nuovi canali dei due principali *broadcaster*. L'insieme dei canali Rai e Mediaset fruibili solo in digitale terrestre ha, infatti, incrementato l'ascolto delle due emittenti, rispettivamente, del 70% e del 118%. Come già illustrato nella Tabella 2.48, nonostante questa crescita, sia Rai che Mediaset hanno registrato un incremento dell'ascolto medio inferiore a quello del totale TV e questo si è tradotto in una flessione dello *share* di gruppo.

Da un punto di vista delle risorse economiche, anche quest'anno il quadro competitivo che caratterizza la televisione tradizionale non ha subito mutamenti di rilievo, come si evince dalla Tabella successiva. L'affermazione di nuovi *device* e lo spostamento dell'*audience* verso canali maggiormente targettizzati, sebbene indici di un interessante mutamento del panorama generale del settore, non risultano tuttora elementi atti a determinare uno spostamento significativo delle posizioni dei due principali operatori, RAI e Mediaset, che continuano a detenere una quota di mercato superiore all'85%.

Tabella 2.48. *TV gratuita – Quote di mercato dei principali operatori (%)*

	Quote di mercato (%)	
	2010	**2011***
RAI	45,8	46,3
Mediaset	42,3	41,5
Telecom Italia Media	2,6	2,9
Altri operatori	9,3	9,3
Totale	100,0	100,0
Indice di concentrazione HHI	3.903	3.882

* Valori stimati.
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Il terzo operatore, Telecom Italia Media, sebbene vanti una quota di mercato in crescita e, come evidenziato, un successo crescente della propria programmazione in termini di ascolti (soprattutto per la componente di informazione), risulta detenere comunque una posizione ancora marginale (2,9%) rispetto alla schiacciante preponderanza di quelle detenute da Rai e Mediaset.

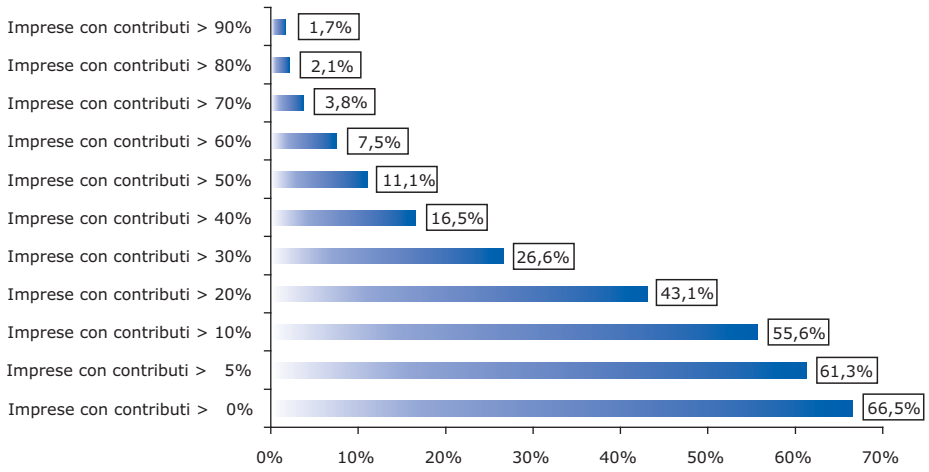
Il quadro concorrenziale delineato trova riscontro nel livello di concentrazione del mercato, che anche per quest'anno appare significativo (circa 3.800 punti), confermando le proprie caratteristiche, già evidenziate nel 2010, di durevolezza e strutturalità.

In questo quadro, si inseriscono le misure volte a sostenere gli operatori di dimensioni minori (prevalentemente a carattere locale) al fine di assicurare un più pluralistico assetto del mercato. Come evidenziato nell'introduzione generale relativa al settore dei media (cfr. par. 2.2), i contributi e le convenzioni dirette rappresentano lo strumento privilegiato (ma non l'unico) storicamente utilizzato in Italia al fine di garantire il soddisfacimento dell'interesse dei cittadini a un'informazione pluralista e capillare anche a livello locale.

Come già osservato in generale per tutti i mercati dei media questo strumento, soprattutto se giudicato in forma dinamica, non appare tuttavia aver prodotto risultati apprezzabili. In particolare, nella tv in chiaro, i summenzionati risultati relativi ai piccoli operatori, in termini di *audience* e di risorse complessive, non appaiono essere apprezzabilmente legati alla distribuzione di queste risorse, la cui logica non risponde adeguatamente a criteri di selettività ed efficienza. Infatti, i contributi pubblici, se analizzati in prospettiva storica, non appaiono aver contribuito alla determinazione di un sistema più efficiente e pluralista (la posizione delle tv locali appare infatti in strutturale declino).

Peraltro, tale strumento, utilizzato indiscriminatamente in un mercato così frammentato, ha avuto l'effetto di creare un sistema dipendente dall'intervento pubblico. La Figura 2.25 dimostra infatti che ben il 70% delle tv locali riceve contributi pubblici diretti (senza ovviamente contare gli interventi di natura indiretta), con punte di società che arrivano al 90% del proprio fatturato derivante da tale posta economica.

Figura 2.25. *Contributi pubblici in % del fatturato: le Tv locali*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Si pensi che, in una situazione già precaria come quella attuale, in cui le tv locali, salvo rare eccezioni, appaiano avere conti in rosso, l'Autorità stima che, senza tali contributi, il margine operativo loro di questi soggetti sarebbe ampiamente negativo, pari a circa il 30% dei ricavi totali.

La TV a pagamento

A fine 2011, la *pay-tv* risulta presente nel 37% del totale delle abitazioni televisive e nel 39% delle sole abitazioni digitali. La piattaforma satellitare continua ad essere la prima piattaforma di *pay-tv*, raggiungendo il 53% circa delle abitazioni *pay*, mentre il digitale terrestre si attesta sul 41%. Il restante 6% è raccolto dalle altre forme (IPTV, DVB-H, ecc.).

La *pay-tv* si è confermata, per il 2011, la risorsa più dinamica del settore televisivo, avendo mantenuto, al contrario della pubblicità, un andamento positivo, con i ricavi in crescita anche grazie al contributo delle nuove piattaforme.

Il 2011 ha visto Sky giungere al traguardo dei cinque milioni di famiglie abbonate, pari ad una platea di potenziali utenti che supera i 15 milioni. Di tali famiglie, il 67% vede i canali e i programmi della piattaforma in alta definizione e una su tre beneficia della tecnologia PVR (Personal Video Recorder) di MySkyHD. Nel 2011, Sky ha lanciato Sky Go, un nuovo servizio che permette la visione in *streaming* di circa 20 canali di sport, calcio, *news* e intrattenimento su iPad e altri *tablet* di nuova generazione. A fine anno, è nato Sky3D, il primo canale italiano interamente in 3D.

Anche Mediaset Premium, grazie a una forte promozione delle proprie offerte e costi più contenuti, ha conquistato nuovi abbonati, e ha quindi conosciuto, nel 2011, una crescita sostenuta.

Per quanto riguarda i dati di *audience* dei canali a pagamento, si è assistito alla conferma del primato del calcio (Premium Calcio e Sky Sport 1) e all'affermazione dell'informazione di Sky Tg 24 rispetto ai canali dedicati al cinema.

Il contesto competitivo che caratterizza il mercato della televisione a pagamento vede quindi, anche per il 2011, il netto successo dell'offerta disponibile sulla piattaforma satellitare, mentre l'alternativa più prossima è costituita dal digitale terrestre, che comincia a rappresentare un *competitor* di rilievo. Tecnologie alternative, quali il DVB-H e l'IPTV, non hanno invece ottenuto risultati apprezzabili e risultano diffuse presso una frangia di pubblico marginale. Come già anticipato, nel prossimo futuro potrebbero invece affermarsi offerte a pagamento di *Smart tv* connesse alla attesa diffusione delle *connected tv*, che potrebbero condurre il mercato verso un assetto maggiormente dinamico.

Infatti, come emerge dalla Tabella 2.49, il mercato continua ad essere caratterizzato dalla dominanza di Sky che, sebbene continui a veder ridotta la propria quota rispetto agli anni passati (nel 2009 era pari all'81,5%), si attesta su una posizione tuttora superiore al 75%. Nell'ultimo anno, però, l'offerta a pagamento di Mediaset sul digitale terrestre ha continuato a registrare una cresciuta ulteriore, conquistando quasi il 18% delle risorse del mercato.

Tabella 2.49. *TV a pagamento – Quote di mercato dei principali operatori (%)*

	Quote di mercato (%)	
	2010	**2011***
News Corp. / Sky Italia	79,2	77,4
Mediaset	15,1	17,4
Altri operatori	5,7	5,2
Totale	100,0	100,0
Indice di concentrazione HHI	6.542	6.334

* Valori stimati.

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Allo stato attuale, il livello di concentrazione del mercato della televisione a pagamento, misurato attraverso l'indice Herfindahl Hirschman (HHI), risulta ancora estremamente elevato (superiore ai 6.000 punti), anche se, negli ultimi due anni, si è apprezzata una diminuzione di circa 700 punti.

In definitiva, i mercati televisivi continuano quindi a essere caratterizzati dalle medesime problematiche già riscontrate negli anni passati: nel mercato della televisione gratuita e nel mercato della televisione a pagamento stentano ad affermarsi nuovi soggetti, mentre quelli già operanti, sebbene vedano la propria attività in crescita, faticano a raggiungere le posizioni consolidate degli operatori storici. In generale, entrambi i mercati appaiono caratterizzati da una certa vischiosità (anche dal punto di vista dei prezzi) e anche i mutamenti tecnologici e di mercato in atto, di cui si è dato conto in precedenza, ancora non risultano in grado di incidere significativamente sull'assetto descritto. A ciò si aggiunga che gli interventi diretti (ed indiretti) statali (v. *supra*) non appaiono aver contribuito a promuovere un assetto più concorrenziale e pluralista, né rispondono a logiche di efficienza allocativa e dinamica.

2.2.2. La radio

Nel 2011, il settore radiofonico ha scontato l'assenza di un sistema ufficiale di rilevazione dell'andamento degli ascolti radiofonici, a seguito della messa in liquidazione di Audiradio e della sospensione della pubblicazione dei dati di ascolto da parte della società stessa.

Come già rilevato più volte, la mancata disponibilità di un'indagine ufficiale che possa orientare le scelte di investimento degli operatori e quelle di programmazione delle emittenti è suscettibile di incidere notevolmente sui meccanismi competitivi che regolano i flussi di investimenti pubblicitari e, quindi, in ultima analisi, sull'efficienza e sulla struttura concorrenziale del mercato della raccolta pubblicitaria sul mezzo radiofonico. Nondimeno, tale stortura rischia di provocare importanti ricadute sull'articolazione pluralistica dei mezzi di comunicazione e, quindi, sul grado di pluralismo dell'intero sistema dell'informazione. Per questo motivo, l'Autorità, con delibera n. 182/11/CSP, ha invitato i soggetti del comparto radiofonico alla riorganizzazione del sistema di rilevazione degli ascolti secondo i criteri e i principi già formulati dall'Autorità con la delibera n. 85/06/CSP.

Nel frattempo, in assenza di dati di ascolto affidabili universalmente condivisi, alcune società di ricerca (come Eurisko e Istituto Piepoli s.p.a.) hanno avviato delle proprie indagini al fine di ottenere qualche dato più puntuale sugli ascolti delle emittenti radiofoniche.

Per quanto riguarda le caratteristiche del mercato radiofonico, anche in rapporto agli altri mezzi di comunicazione, questo, come noto, si caratterizza per una preponderante ricezione in mobilità; tale fenomeno influisce direttamente sulle modalità di fruizione e quindi sui picchi di ascolto della radio nel corso della giornata, che si concentrano nelle fasce orarie del c.d. *drive time* (7-10 e 16-21) e, di conseguenza, condizionano la programmazione editoriale delle emittenti. In questo senso, l'ascolto radiofonico tende a seguire quello televisivo perché effettuato in momenti e luoghi (soprattutto in mobilità o in ufficio) in cui la visione televisiva è impossibilitata. In quanto tale, la radio rappresenta, tradizionalmente, un mezzo complementare a quello tele-

visivo, sia dal lato utenti, sia sul versante degli inserzionisti. Ciò spiega anche l'esistenza di un certo grado di integrazione dell'offerta, con la presenza di player nazionali attivi sia nella radio che nella televisione (RAI, Fininvest, Gruppo Editoriale L'Espresso).

Nell'ultimo anno, il mezzo radiofonico ha conosciuto una forte declinazione sui media digitali – *web*, televisione e mobile – risultando, in Europa, il paese in cui l'uso del web per ascoltare o scaricare contenuti radiofonici e musicali è maggiormente diffuso, come anche l'ascolto in mobilità attraverso i cellulari[65]. L'emittenza radiofonica sta quindi sperimentando uno sviluppo in chiave multimediale sia con la costruzione di canali televisivi veri e propri, sia attraverso l'uso sempre più frequente di video anche sulle piattaforme *on line*.

Come si evince dalla Tabella 2.50, il 2011 non ha visto mutamenti di rilievo nel panorama dell'offerta radiofonica nazionale, che risulta tuttora caratterizzato in modo preponderante dalla presenza di grandi gruppi multimediali attivi anche nel versante della raccolta pubblicitaria. Nel settore radiofonico risultano anche presenti alcuni operatori commerciali indipendenti ed emittenti non commerciali che coprono un particolare segmento di ascolto (Associazione Radio Maria e Radio Radicale).

A livello locale, si segnala l'esistenza di una moltitudine di realtà che coprono bacini di utenza più o meno vasti, conquistando quote di ascolto talvolta significative.

Tabella 2.50. *L'offerta radiofonica nazionale*

Editore	Emittente	Concessionaria
Gruppo Finelco (partecipazione di RCS Mediagroup)	RADIO 105, RMC RADIO MONTECARLO; VIRGIN RADIO	Gruppo Finelco s.p.a.
Gruppo Editoriale L'Espresso	RADIO CAPITAL, RADIO DEEJAY, M2O	A. Manzoni & C. s.p.a.
RTL 102,500 hit Radio	RTL 102,5	Openspace Pubblicità s.r.l.
RAI Radiotelevisione Italiana	RADIOUNO; RADIODUE; RADIOTRE; ISORADIO; NOTTURNO ITALIANO	Sipra s.p.a.
Radio Dimensione Suono	RDS 100% GRANDI SUCCESSI	RDS Advertising s.r.l.
Monradio (Mondadori/Fininvest)	RADIO R101	Mondadori pubblicità s.p.a.
Gruppo Radio Italia	RADIO ITALIA SOLOMUSICA ITALIANA	A. Manzoni & C. s.p.a.
Il Sole 24 Ore	RADIO 24	Il Sole24 Ore s.p.a.
Radio Kiss Kiss	RADIO KISS KISS	Mondadori pubblicità s.p.a.
Associazione Radio Maria	RADIO MARIA	Mondadori pubblicità s.p.a.
Centro di produzione	RADIO RADICALE	

Fonte: Autorità

65 Dall'indagine promossa da Ofcom "International Communication Markets Report 2010" è infatti emerso che il 48% degli italiani intervistati dichiara di aver utilizzato la propria connessione casalinga per la fruizione o il *download* di contenuti radiofonici e il 31% ascolta la radio FM al cellulare.

Nel 2011, il mezzo radiofonico ha conosciuto, in particolare nel primo trimestre, una decisa contrazione dei ricavi pubblicitari. Tale contrazione è apparsa in parte imputabile ad uno *shock* esogeno quale quello dovuto alla citata cessazione (appunto a fine 2010) della rilevazione degli ascolti radiofonici da parte di Audiradio, ma anche un più generale susseguirsi di eventi macro-economici che hanno influito in modo determinante sulla decisione di spesa in comunicazione delle aziende. L'andamento registrato non solo è apparso in controtendenza rispetto alle performance del mezzo degli ultimi anni, ma ha coinvolto la radio anche in maniera superiore rispetto all'andamento complessivo del settore. Infatti, se si procede ad un'analisi dinamica del valore del mercato negli ultimi sei anni precedenti il 2011, si osserva che, i ricavi da pubblicità dal 2005 al 2008 hanno sempre registrato un andamento positivo, mentre nel 2009 si è assistito ad una lieve contrazione. Infatti, i ricavi derivanti dalla raccolta sono cresciuti dal 2005 al 2008 del 34,4%, mentre tra il 2008 e il 2009, gli stessi si sono ridotti del 3,4%. Nel 2010, il fatturato pubblicitario ha invece conosciuto nuovamente un andamento positivo, con un incremento del 4,3% rispetto all'anno precedente. Nel corso dell'ultimo anno, invece, il valore della pubblicità radiofonica si è ridotto di oltre il 6%.

In particolare, la ripartizione delle risorse illustrata nella Tabella 2.51 vede una variazione poco significativa dei ricavi derivanti dal canone (+1,4%), a fronte della forte riduzione del fatturato pubblicitario, che continua comunque a rappresentare di gran lunga la principale risorsa del settore (circa 80%). Complessivamente il mercato radiofonico si è quindi contratto di oltre il 5%.

Tabella 2.51. *Ricavi complessivi della radio suddivisi per tipologia*

	Ricavi (Mln. euro)		Δ 2011/2010	Incidenza sul totale (2011)
	2010	2011*		
Canone**	99,27	100,62	1,4%	14,2%
Pubblicità	598,92	559,55	-6,6%	79,1%
Provvidenze e convenzioni	47,51	47,51	0,0%	6,7%
Totale	745,70	707,69	-5,1%	100,0%

* Valori stimati.

** Allo scopo di pervenire ad una corretta imputazione della quota di canone da attribuire all'attività televisiva, si è tenuto conto dello schema di contabilità separata della RAI, riferito all'esercizio 2010, e dei relativi aggregati contabili: il canone da attribuire alla diffusione televisiva è stato calcolato applicando al valore totale una percentuale pari alla quota di costi diretti attribuiti a tale attività sul totale dei costi diretti imputati al servizio pubblico (c.d. aggregato A della contabilità regolatoria).

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Quanto alla struttura del settore, illustrata nella Tabella 2.52, si rileva che, nel 2011, i primi cinque operatori detengono complessivamente oltre la metà delle risorse totali. Tuttavia, come si evince anche dal valore dell'indice di concentrazione HHI (909 punti), tale struttura si presenta sostanzialmente concorrenziale. Il principale operatore è RAI che raccoglie, grazie in particolare al finanziamento delle attività di servizio pubblico tramite canone, il 22% circa delle risorse pubblicitarie, seguono il Gruppo L'Espresso, con una quota di mercato di poco inferiore al 13% e il Gruppo Finelco con il 10,4%. Le emittenti radiofoniche indipendenti, RTL e RDS, detengono invece una quota pari a circa il 7%. Vi sono poi altri operatori che presentano quote marginali, al di sotto del 5%, cui si affiancano altri soggetti a carattere prevalentemente locale.

Rispetto al 2010, quasi tutti gli operatori hanno visto una riduzione più o meno significativa dei propri ricavi. Tale fenomeno, imputabile alla contrazione generale del mercato, non ha determinato comunque degli spostamenti sostanziali nelle posizioni relative delle imprese.

Tabella 2.52. *Radio – Quote di mercato dei principali operatori (%)*

	Quote di mercato (%)	
	2010	**2011***
RAI	21,4	21,8
Gruppo Editoriale L'Espresso	13,0	12,9
Finelco	10,4	10,4
RDS	7,0	6,8
RTL	7,6	7,2
Mondatori	3,8	4,0
Il Sole 24 ore	2,2	2,4
Altri operatori	34,6	34,4
Totale	100,0	100,0
Indice di concentrazione HHI	894	906

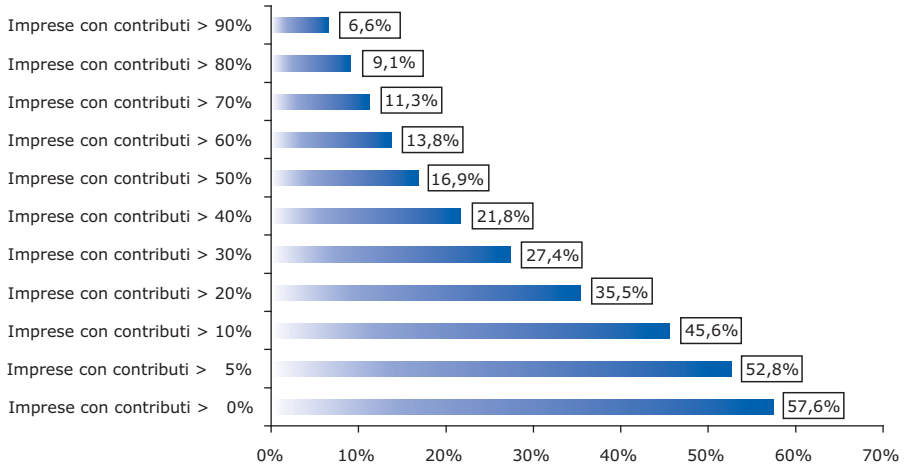
* Valori stimati.
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Quanto sinora considerato mostra che l'attuale condizione economica del settore si caratterizza per una vivace concorrenza tra i vari *player*, come anche reso evidente dal ridotto valore dell'indice di concentrazione, sebbene in crescita rispetto all'anno precedente.

Vanno tuttavia rilevate due possibili problematiche che potrebbero incidere sulle condizioni di concorrenza e sull'efficienza dell'equilibrio del settore radiofonico. Da un lato, la presenza di concessionarie di pubblicità legate ai maggiori gruppi editoriali, i quali agiscono su più mezzi di comunicazione, le quali, soprattutto se dotate di significativo potere di mercato, potrebbero sfruttare il vantaggio derivante da tale posizione privilegiata per attuare modalità di vendita integrate multimezzo, che potrebbero porre in una situazione di svantaggio competitivo le concessionarie indipendenti attive nel settore. Dall'altro lato, l'attuale rilevata assenza di un sistema di rilevazione degli ascolti radiofonici appare suscettibile di generare delle notevoli ripercussioni sul mercato considerato, a causa dei rilevanti effetti negativi che può determinare sul mezzo e sulla capacità di quest'ultimo di attrarre risorse pubblicitarie, posto che i centri media e gli inserzionisti necessitano di dati certi ed affidabili al fine di pianificare le proprie campagne pubblicitarie.

Con riguardo, infine, agli effetti derivanti dai contributi diretti erogati dallo Stato, si evidenzia quanto segue. Come per il settore televisivo, anche nel caso della radio tale intervento non appare aver prodotto risultati rilevanti, anche se in questo contesto la posizione degli operatori locali appare decisamente più significativa sia dal punto di vista economico che da quello degli ascolti e del pluralismo dell'informazione. La Figura 2.26 mostra inoltre come circa il 60% delle radio locali riceva contributi diretti (senza tenere conto di quelli indiretti), e che per un quarto di esse tale posta rappresenti oltre il 30% dei ricavi da attività tipica. L'Autorità stima in particolare che, per tali soggetti, il margine operativo lordo sarebbe assai negativo (intorno al 20% del fatturato), in assenza del contributo pubblico.

Figura 2.26. *Contributi pubblici in % del fatturato: le radio locali*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

2.2.3. L'editoria

Quadro generale

L'editoria, come ampiamente riconosciuto, sia a livello nazionale sia internazionale, riveste primaria importanza nella garanzia di un assetto pluralistico, sebbene con una differente rilevanza nel caso si tratti di stampa quotidiana, centrale nel sistema dell'informazione, o di editoria periodica, assai variegata e che soddisfa diversi bisogni; infine, l'editoria elettronica, e più in generale il mondo internet, con tutta la sua complessità (si veda al riguardo il par. 2.2.4) appare sempre più il mezzo utilizzato dai cittadini per informarsi.

Il settore editoriale si è trovato negli ultimi anni ad affrontare una trasformazione causata da un'impetuosa evoluzione tecnologica, che, lungi dal ridurne la portata come mezzo di informazione fondamentale, ha tuttavia interessato le modalità di valorizzazione, nel nuovo contesto digitale, della sua funzione informativa, alimentando, a livello mondiale, dibattiti in merito al ruolo dei giornalisti e alla opportunità di un sostegno all'informazione. Tali temi riguardano in particolare la stampa quotidiana, proprio in virtù della sua rilevanza sotto il profilo del pluralismo (cfr. delibera n.555/10/CONS).

In Italia il settore editoriale italiano è sempre stato caratterizzato da alcuni elementi negativi quali, ad esempio, il basso tasso di diffusione e di lettura, in particolare dei quotidiani. Tale fenomeno appare essersi aggravato negli ultimi anni, a causa della diffusione di nuovi mezzi, in particolare internet, divenuto il mezzo privilegiato dalle nuove generazioni. D'altronde, la digitalizzazione consentirebbe, almeno in

potenza, il superamento di alcuni limiti strutturali del settore quali, ad esempio, la necessità di una diffusione capillare della stampa cartacea a fronte delle problematiche, più volte evidenziate e tuttora attuali, connesse alla distribuzione di tali prodotti[66], e il raggiungimento di *target* più giovani, tuttora esclusi dalla lettura delle testate cartacee.

Con riferimento al settore nel suo complesso, esso nel 2010 ha registrato una forte contrazione, mostrando timidi segnali di ripresa all'inizio del 2011, nuovamente aggravatisi nel corso dell'anno, e ha concluso il periodo in perdita, attestandosi su livelli di poco inferiori al 2010 (-1,4%), solo grazie all'andamento estremamente positivo dell'editoria elettronica (cfr. Tabella 2.53).

Tabella 2.53. *Editoria – Ricavi complessivi*[67]

	Ricavi (Mln. euro)		Δ 2011/2010	Incidenza sul totale (2011)
	2010	2011***		
Editoria quotidiana*	2.953,93	2.896,49	-1,9%	43,4%
Editoria periodica*	3.409,15	3.274,33	-4,0%	49,1%
Editoria elettronica**	403,37	501,73	24,4%	7,5%
Totale	6.766,45	6.672,55	-1,4%	100,0%

* Il dato include anche il valore dei collaterali non librari o fonografici, i quali non rientrano nella valorizzazione del SIC.
** Il dato è comprensivo dei ricavi derivanti dalla vendita di prodotti e servizi editoriali *on line*, e dalla pubblicità *on line* dell'editoria, esclusa l'editoria annuaristica.
*** Valori stimati.
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Nel 2011, i ricavi complessivi del settore ammontano a circa 6,7 miliardi di euro, mostrando una contrazione rispetto all'anno precedente, che ha riguardato sia l'editoria quotidiana (-1,9%), sia quella periodica (-4%). A fronte di tali contrazioni, l'editoria elettronica ha compensato parzialmente con un incremento del 24% rispetto al valore assoluto, di poco superiore a 400 milioni di euro, registrato nel 2010[68].

Il dato maggiormente indicativo delle trasformazioni avvenute nell'intero settore editoriale è stato rappresentato dall'arretramento dell'incidenza dell'editoria quotidia-

66 Cfr., Agcm, IC35 – Indagine conoscitiva riguardante il settore dell'editoria quotidiana, periodica e multimediale, provvedimento di chiusura della II parte del 23 settembre 2009. In tal senso, ad esempio, "*[l]a distribuzione tradizionale della stampa risulta essere, in particolare, l'ambito maggiormente bisognoso di una revisione, dal momento che le forme alternative di diffusione dell'informazione ridimensionano la rilevanza economica della distribuzione fisica e che la tutela del pluralismo, cui è riconducibile gran parte delle restrizioni che attualmente vincolano l'attività distributiva, rischia di non raggiungere appieno il suo obiettivo*" (pag. 49, § 209).

67 Si ricorda che i dati si riferiscono al complesso del settore editoriale (e non ad un campione dei principali operatori) e ricalcano la metodologia della valorizzazione delle dimensioni economiche del Settore Integrato delle Comunicazioni (cfr. delibera n. 126/11/CONS). Tale avvertenza vale per tutte le tabelle del presente paragrafo.

68 Al riguardo si precisa che, rispetto allo scorso anno, il dato relativo all'editoria elettronica non comprende il valore dell'editoria annuaristica on line. I valori non sono quindi direttamente confrontabili con quelli degli anni precedenti.

na prevalentemente a favore dell'editoria elettronica. Infatti, l'editoria quotidiana ha subito una rilevante migrazione dei lettori verso la versione digitale dei prodotti stessi, rispetto all'editoria periodica, soprattutto quando quest'ultima risponde a bisogni diversi da quelli informativi, e quindi conserva maggiormente l'*appeal* della versione cartacea (per grafica, patinatura, ecc.).

Tabella 2.54. *Editoria – Ricavi da attività caratteristiche*

	Ricavi (Mln. euro)		Δ 2011/2010	Incidenza sul totale (2011)
	2010	2011***		
Vendita di copie	3.193,32	3.148,36	-1,4%	47,2%
Pubblicità	3.002,24	2.964,42	-1,3%	44,4%
Collaterali*	380,96	369,85	-2,9%	5,5%
Provvidenze e convenzioni**	189,92	189,92	0,0%	2,9%
Totale	6.766,45	6.672,55	-1,4%	100,0%

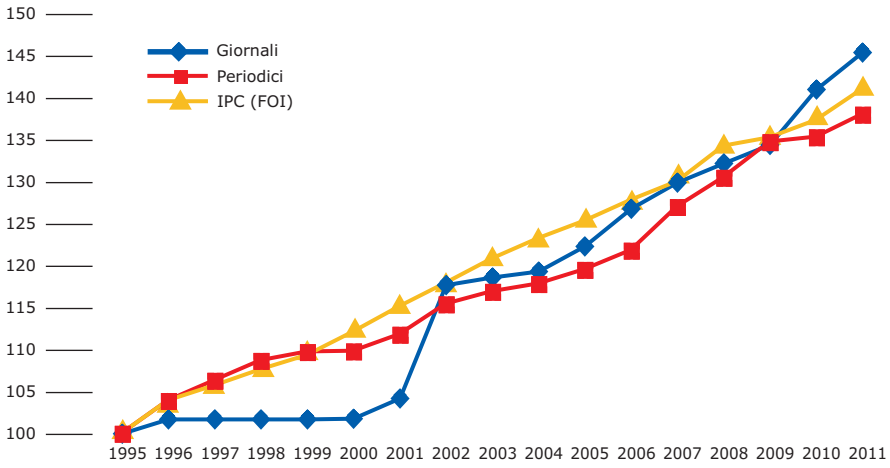
* Il dato include anche il valore dei collaterali non librari o fonografici, i quali non rientrano invece nella valorizzazione del SIC.
** Il dato riguarda i ricavi derivanti da convenzioni con soggetti pubblici e provvidenze pubbliche. Si è ipotizzato che tale dato sia rimasto costante nel 2011.
*** Valori stimati.
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Analizzando i ricavi derivanti dalle attività caratteristiche (cfr. Tabella 2.54), si conferma l'andamento registrato negli ultimi anni. La perdurante riduzione dei ricavi derivanti dalla vendita di prodotti editoriali cartacei è stata parzialmente frenata attraverso l'aumento dei prezzi, in particolare dei quotidiani e, nonostante questo, ha registrato un decremento, seppur ridotto (-1,4%).

Come si evince dalla Figura 2.27, l'andamento dei prezzi dei quotidiani fino ai primi anni duemila si è stabilmente mantenuto alquanto al di sotto dell'indice generale dei prezzi al consumo, per poi aumentare, in linea con l'indice generale, fino al 2009, anno in cui i prezzi stessi hanno iniziato a crescere in misura decisa oltre l'indice stesso. L'andamento dell'indice dei prezzi dei periodici, invece, è stato sempre abbastanza in linea con l'andamento generale dei prezzi al consumo, anche se, fino agli anni duemila, si è mantenuto leggermente al di sopra a tale livello, mentre, nell'ultimo decennio, si è attestato generalmente al di sotto di esso.

È da rilevare che l'impennata dei prezzi dei quotidiani è coincisa con la grave crisi del mercato pubblicitario registrata proprio nel 2009. Questo andamento è stato il riflesso della strategia perseguita dagli editori che, nel corso della crisi del mercato pubblicitario, hanno reagito riducendo i prezzi di vendita dei propri spazi pubblicitari, e aumentando, come detto, i prezzi di vendita dei prodotti al pubblico.

Figura 2.27. *Indici dei prezzi: l'editoria rispetto all'indice generale al consumo (1995-2011)*



Fonte: Istat

Da alcune analisi effettuate dall'Autorità è emerso che il costo medio delle inserzioni nel settore editoriale si è ridotto considerevolmente, in particolare negli ultimi anni del decennio, anche se, anche sotto questo profilo, è bene distinguere tra editoria quotidiana e periodica. Dal 2000 al 2010 i quotidiani hanno presentato un declino costante dei costi medi per mille contatti (CPM), pari a quasi il 50% nell'intero decennio, con una riduzione superiore al 20% solo nell'ultimo triennio. Diverso è l'andamento del CPM per i periodici che ha visto un'evoluzione altalenante: in crescita fino al 2008 e in drastica contrazione nell'ultimo triennio, con una riduzione pari a circa il 30%.

Tali marcate riduzioni si sono riflesse sulla dinamica negativa dei corrispondenti ricavi pubblicitari. Gli introiti derivanti dalla pubblicità hanno continuato, infatti, a presentare un andamento negativo (-1,3%; nonostante l'incremento superiore al 20% della componente *on line*), comportando un'ulteriore traslazione delle fonti di finanziamento del settore editoriale dal versante degli inserzionisti (ricavi pubblicitari) al versante degli utenti (ricavi da vendita di copie).

Come rilevato, infatti, gli editori hanno cercato di mantenere inalterati i propri ricavi aumentando il prezzo sul versante degli utenti (lettori), con effetti sulla già ridotta diffusione, in una fase di crisi generale e in un Paese già caratterizzato da una scarsa propensione alla lettura, aggravando di conseguenza l'andamento persistentemente negativo delle vendite medie (cfr. Figura 2.28 per i quotidiani). Il mix di prezzi elevati e in crescita sul versante editoriale e di prezzi bassi e calanti su quello pubblicitario ha pertanto prodotto effetti negativi, sia sulla diffusione dei quotidiani in Italia (avvantaggiando l'affermazione di mezzi quali la televisione commerciale, prima, e, più recentemente, internet), sia sui ricavi degli editori medesimi[69].

La Tabella 2.55 mostra l'assetto del settore editoriale nel suo complesso e la ripartizione dei ricavi dei principali gruppi operanti nel settore editoriale, comprensivo dell'editoria quotidiana, periodica ed elettronica.

69 Cfr. E. Argentesi e L. Filistrucchi (2007), "Estimating market power in a two-sided market: The case of newspapers", *Journal of Applied Econometrics*, vol. 22, pagg. 1247-1266.

Tabella 2.55. *Editoria – Ricavi complessivi per impresa (%)*

	2010	2011*
RCS Mediagroup	12,8	12,7
Gruppo L'Espresso	11,2	11,5
Arnoldo Mondatori	7,3	7,2
Il Sole 24 ore	4,3	4,8
Caltagirone	3,5	3,3
Monrif	2,9	2,9
Condé Nast	2,6	2,7
Hearst Magazines Italia	1,6	1,6
Cairo	1,4	1,6
Altri	52,5	51,8
Totale	**100,0**	**100,0**

* Valori stimati.
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

La struttura del settore editoriale non ha mostrato rilevanti discontinuità rispetto al passato, continuando a mantenere una natura piuttosto frammentata, caratterizzata dalla presenza di alcuni grandi gruppi editoriali e da un elevato numero di soggetti di dimensioni minori (come nell'ambito dell'editoria quotidiana locale e dell'editoria specializzata).

Si evidenzia, quindi, da un lato un assetto che risulta abbastanza inalterato nel tempo, con una certa inerzia delle posizioni di mercato connessa a effetti di *brand*, nonché alla natura integrata dei principali gruppi editoriali, sia in senso verticale (nella distribuzione) che in quello diagonale (in tutti i mercati editoriali nonché in alcuni altri mercati dei media). Dall'altro lato, il settore conserva comunque un certo dinamismo, con fenomeni di ingresso ed uscita e la presenza di una pletora di editori di minori dimensioni.

I quotidiani

L'offerta di quotidiani non è variata molto nel 2010 (si registra l'ingresso di poche testate di ridotta dimensione e a carattere locale e l'uscita di alcuni quotidiani, anche a carattere nazionale[70]). Gli elementi più rilevanti che si possono evidenziare sono l'ulteriore declino della *free press* e l'ascesa di alcuni editori a pagamento[71].

Con riferimento al panorama dei quotidiani in Italia, si presenta nella successiva Tabella 2.56 l'intera gamma dell'offerta informativa, sia nazionale sia locale, distinguendo tra testate di informazione, politiche, sportive, economiche, e di altra specializzazione.

Con riferimento alla diffusione di queste testate, si riporta nelle Tabelle 2.59 e ss. la tiratura netta delle testate dei principali editori di giornali quotidiani nel corso del 2010, mentre per il dettaglio, si rimanda all'Appendice della Relazione Annuale.

70 Si veda ad esempio la recente chiusura de Il Nuovo Riformista.

71 Ci si riferisce in particolare alla testata "Il Fatto Quotidiano", che nel corso del 2010 (il primo anno per cui sono disponibili i dati per l'intero periodo, avendo avviato le attività nel settembre 2009) si è attestata al 10° posto in termini di tirature tra i quotidiani di informazione a pagamento.

Tabella 2.56. *Quotidiani in Italia per tipologia*

Informazione							
-di cui Free Press							
City	DNews	In Città Verona	Leggo	Metro			
-di cui a Pagamento							
Alto Adige / Corriere delle Alpi / Trentino	Avvenire	BresciaOggi	Buongiorno Campania	Calabria Ora	Corriere	Corriere (Forlì)	Corriere – quotidiano dell'Irpinia
Corriere Adriatico	Corriere del giorno (Puglia e Lucania)	Corriere del Mezzogiorno (anche Bari e Puglia)	Corriere del Trentino	Corriere del Veneto	Corriere dell'Alto Adige	Corriere della Sera	Corriere di Bologna
Corriere di Caserta	Corriere di Como	Corriere Fiorentino	Corriere Mercantile	Cronacaqui.it	Cronache di Napoli	Die Neue Sudtiroler Tageszeitung	Dolomiten
Editoriale Oggi	Foggia Sera	Gazzetta del Sud	Gazzetta di Mantova	Gazzetta di Parma	Gazzetta di Reggio	Giornale di Bergamo	Giornale di Brescia
Giornale di Sicilia	Il Centro	Il Cittadino oggi Corriere Nazionale	Il Cittadino	Il Corriere Laziale	Il Domani	Il Fatto Quotidiano	Il Gazzettino
Il Gettone	Il Giornale	Il Giornale dell'Emilia Romagna	Il Giornale dell'Umbria	Il Giornale di Calabria	Il Giornale di Vicenza	Il Giornale Nuovo della Toscana	Il Giorno
Il Manifesto	Il Mattino	Il Mattino di Padova	Il Messaggero	Il Nuovo Corriere (FI)	Il nuovo Riformista	Il Paese Nuovo	Il Piccolo
Il Quotidiano (Calabria)	Il Quotidiano del Molise	Il Quotidiano della Basilicata	Il Resto del Carlino	Il Sannio Quotidiano	Il Secolo XIX	Il Tempo	Il Tirreno
Italia Sera	L'Altro fax	L'Arena	L'Eco di Bergamo	L'Informazione – Il Domani	L'Italiano	L'ordine di Como	L'Unione Sarda
La Città quotidiano di Salerno e provincia	La Cronaca	La Discussione	La Gazzetta del Mezzogiorno	La Nazione	La Nuova del Sud	La Nuova di Venezia e Mestre	La Nuova Ferrara

(segue) ***Tabella 2.56.*** *Quotidiani in Italia per tipologia*

La Nuova Sardegna	La Prealpina	La Provincia	La provincia (Cremona)	La Provincia Pavese	La Provincia Quotidiano	La Repubblica	La Sicilia
La Stampa	La Tribuna di Treviso	La verità	La Voce	La Voce della Città Taranto	La Voce di Mantova	La Voce di Romagna	La voce nuova
Libero	Libertà	Linea	Messaggero Veneto	Metropolis	Modena Qui	Nuova Gazzetta di Caserta	Nuova Gazzetta di Modena
Nuovo Corriere Barisera	Nuovo Quotidiano di Puglia	Ottopagine	Polis Quotidiano	Primo piano Molise	Primorski dnevnik	Puglia	Quotidiano di Bari
Quotidiano di Foggia	Quotidiano di Sicilia	Rinascita	Senzacolonne	Trapaniok			
Specializzati							
- *di cui Politici* (*)							
Cronache di Liberal	Democrazia Cristiana	Europa	Il Denaro	Il Foglio quotidiano	Il Socialista Lab	La Padania	La Voce Repubblicana
Liberazione giornale comunista	L'Avanti!	L'Unità	L'opinione delle libertà	Roma	Secolo d'Italia	Terra	
- *di cui Economici*							
Finanza e Mercati	Il Sole 24 ore	ItaliaOggi	MF/Milano Finanza	New Bot L'economia in gioco	Ore 12		
- *di cui Sportivi*							
Corriere dello Sport / Stadio		Gazzetta dello sport	Il Romanista	Tuttosport			
- *di cui Altro (sindacali, istituzionali, …)*							
Conquiste del lavoro Staffetta Quotidiana	Gazzetta aste e appalti pubblici	Impresa artigiana	L'avvisatore marittimo	Scuola e insegnanti	Scuola Snals		

* La categoria "Politici" identifica tutti i quotidiani che percepiscono contributi in quanto testate organi di partito e movimenti politici ovvero che, essendo state in possesso di tali requisiti, abbiano percepito contributi alla data del 31.12.2005 (art. 3 comma 10 l. n. 250/1990 e art. 20, comma 3ter del d.l. 223/2006 convertito dalla l. 248/2006) o in quanto testate organi di movimenti politici, trasformatesi in cooperativa entro e non oltre il 1° dicembre 2001 (art. 153 l. 388/2000).

Fonte: Autorità

L'editoria quotidiana cartacea, come già anticipato, con riferimento all'anno 2011, ha mostrato (cfr. Tabella 2.57) una complessiva flessione (-1,9%), dovuta principalmente alla riduzione dei ricavi pubblicitari (superiore al 4%) e, in misura minore, da quelli dei collaterali (-0,8%), mentre i ricavi da vendita di copie si sono mantenuti sostanzialmente in linea con il 2010, nonostante il calo della diffusione (-2,7%), grazie, come detto, all'incremento del prezzo medio di vendita.

Tabella 2.57. *Editoria quotidiana – Ricavi da attività caratteristiche*

	Ricavi (Mln. euro)		Δ	Incidenza
	2010	2011***	2011/2010	sul totale (2011)
Vendita di copie	1.252,53	1.254,13	0,1%	43,3%
Pubblicità	1.410,80	1.353,06	-4,1%	46,7%
Collaterali*	153,82	152,52	-0,8%	5,3%
Provvidenze e convenzioni**	136,78	136,78	0,0%	4,7%
Totale	2.953,93	2.896,49	-1,9%	100,0%

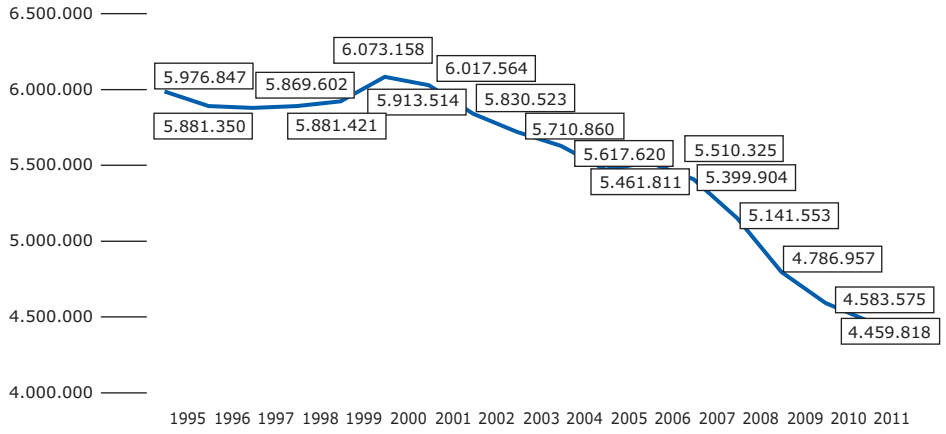
* Il dato include anche il valore dei collaterali non librari o fonografici, i quali non rientrano nella valorizzazione del SIC.
** Il dato riguarda i ricavi derivanti da convenzioni con soggetti pubblici e da provvidenze pubbliche. Si è ipotizzato che tale dato sia rimasto costante nel 2011.
*** Valori stimati.
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Come si può vedere, infatti, dalla Figura 2.28, è continuata, anche nel corso del 2011, la flessione nelle vendite medie dei quotidiani cartacei, che presenta caratteristiche di strutturalità e durevolezza, nonostante, nella seconda parte dell'anno[72], sia incrementato il numero dei lettori dei quotidiani. La tipologia di competizione sul versante editoriale, d'altronde, appare poco incentrata sulla concorrenza di prezzo, confermando quanto riscontrato dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato nel corso della recente Indagine conoscitiva sul settore editoriale[73].

72 Tale incremento sembra riconducibile, secondo l'analisi della FIEG, alla necessità di compressione della crisi e delle conseguenti manovre correttive del Governo. Cfr. *La Stampa in Italia 2009 – 2011* e Audipress (2011).

73 Agcm, IC35 – Indagine conoscitiva riguardante il settore dell'editoria quotidiana, periodica e multimediale, provvedimento di chiusura della I parte del 12 luglio 2007. In tal senso, ad esempio, "*[i]n Italia si riscontra una tendenziale omogeneità tra i prezzi dei principali quotidiani, sia nel valore sia nelle dinamiche, nonostante il prezzo dei quotidiani sia stato liberalizzato con la l. n. 67/1987*" ed ancora "*L'assenza di una incisiva competizione di prezzo sul mercato italiano dei quotidiani risulta confermata da un'analisi comparata dei prezzi dei primi dieci quotidiani diffusi in ciascuno dei principali Paesi comunitari*" (pag. 7, § 39-40).

Figura 2.28. *Editoria quotidiana – Vendite medie giornaliere di quotidiani (1995-2011)*



Fonte: FIEG, La stampa in Italia 2009-2011, aprile 2012

Sotto il profilo della redditività operativa, si evidenzia[74] che il margine operativo lordo delle principali aziende editrici di quotidiani, pur mantenendosi positivo, dopo la parziale ripresa avvenuta nel 2010, ha subito nuovamente una contrazione nel 2011, mostrando una fragilità del settore che si è andata accentuando negli ultimi anni, nonostante gli interventi attuati sul piano dei costi e gli sforzi per fronteggiare la trasformazione al digitale del sistema dell'informazione.

Negli ultimi anni, negli Stati Uniti, il paese che per primo ha avvertito la crisi, si è assistito ad una perdita di centralità del quotidiano come centro della rete di relazioni sociali, che si stanno spostando sulle comunità virtuali[75], come ampiamente descritto dalle recenti analisi del *Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism*[76].

Anche in Italia, la stampa è stato il primo settore che ha dovuto affrontare la rivoluzione digitale. I maggiori gruppi editoriali hanno diversificato il proprio portafoglio informativo digitale (sito *web*, versione digitale del quotidiano cartaceo, prodotti specifici per *tablet*) per incrementare la possibilità di vendita di contenuti e per esplorare nuove forme pubblicitarie.

L'editoria elettronica, quindi, è l'unico comparto che ha registrato una consistente crescita, la quale ha compensato, anche se solo in parte, la crisi che ha colpito l'editoria quotidiana cartacea. I primi investimenti nel digitale, realizzati in reazione alla crisi, hanno prodotto risultati rilevanti, seppure non ancora risolutivi.

Una particolarità dell'Italia infatti, è che la fruizione *web* si dimostra più *news oriented* di quella internazionale, con un incremento della posizione di molti siti di quotidiani italiani dal 2009 al 2011, e con un aumento degli indicatori di traffico, che si traduce in una crescita superiore al 40% negli utenti unici mensili, pari ad un incremento

74 FIEG, "*La Stampa in Italia 2009 - 2011*", aprile 2012.

75 Anche in Italia si verifica un fenomeno analogo e il tempo medio speso su Facebook è pari a circa quattordici volte il tempo medio speso sul primo giornale *on line*.

76 Cfr. in particolare, *The State of The News Media*, 2011.

di circa il 3% degli internauti, e del 4% del consumo medio mensile per utente[77]. Le testate *on line*, quindi, hanno continuato a manifestare una dinamica positiva, sia in termini di utenza sia di ricavi pubblicitari (cfr. par. 2.4). Al riguardo, si evidenzia che il tasso di incremento degli utenti dei quotidiani *on line* nel giorno medio, nel periodo dicembre 2010 – dicembre 2011, è stato superiore al tasso di incremento degli utenti attivi nel giorno medio (rispettivamente pari al 7,8% e al 5,5%)[78]. Inoltre, i principali editori hanno affiancato al prodotto cartaceo e al sito *web* anche versioni digitali disponibili su dispositivi vari (quali *smartphone* e *tablet*), che, proprio nel corso del 2011, hanno manifestato una crescita elevata.

Da una prima analisi compiuta dall'Autorità su un campione dei principali editori di quotidiani è emerso che, nel 2011, le copie di quotidiani vendute in versione digitale sono state più di 21 milioni e ne sono state diffuse più di 26 milioni.

Tali risultati non si sono tuttavia traslati completamente in termini economici, se si considera che l'incidenza dei ricavi derivanti dall'editoria elettronica non raggiunge ancora il 10% di quelli complessivi. D'altronde, si rileva come la struttura dei ricavi dell'editoria quotidiana è ancorata al vecchio sistema legato alla filiera della carta, e ancora fortemente dipendente dai finanziamenti pubblici che, come osservato nel proseguo, non sembrano però rispondere efficacemente al loro scopo.

Con riguardo all'analisi degli assetti di mercato, la tabella seguente indica le quote dei principali gruppi editoriali. In via preliminare, si rileva che tale mercato appare essere poco concentrato, con un indice HHI inferiore a 900 e sostanzialmente stabile. Anche l'analisi delle quote dei singoli operatori non sembra mutata particolarmente, con lievi variazioni in alcuni casi in aumento e altri in riduzione. I due maggiori operatori (Gruppo Editoriale L'Espresso e RCS) continuano a mantenere una posizione di *leadership*, mentre gli altri operatori seguono con quote inferiori al 10%. I due gruppi editoriali maggiori presentano, inoltre, un ricco portafoglio di prodotti editoriali, sia nazionali che locali, sia di informazione che specializzati.

Tabella 2.58. *Editoria quotidiana – Quote di mercato dei principali gruppi editoriali (%)*

	Quote di mercato (%)	
	2010	**2011***
Gruppo L'Espresso	19,3%	19,7%
RCS Mediagroup	17,3%	17,1%
Caltagirone	7,9%	7,4%
Monrif	6,6%	6,5%
Il Sole 24 Ore	5,9%	6,1%
Editrice La Stampa	5,6%	5,6%
Corriere dello Sport	2,5%	2,5%
Altri	34,2%	34,4%
Totale	100,0%	100,0%
Indice di concentrazione HHI	884	886

* Valori stimati.
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

77 Dati Audiweb, *Internet ranking*.

78 FIEG, "*La Stampa in Italia 2009 - 2011*", aprile 2012.

La successiva Tabella 2.59 evidenzia la posizione dei maggiori operatori in termini di volumi (riferiti all'anno 2010), ossia di tirature delle testate dei gruppi rispetto a quelle totali dell'insieme dei quotidiani italiani. In particolare, ordinando i gruppi societari in funzione delle tirature, emergono alcune lievi differenze rispetto alla graduatoria osservata attraverso i ricavi editoriali. In particolare, RCS con una quota del 17,5% si colloca in questo contesto al primo posto, superando di 3 punti percentuali il Gruppo Editoriale l'Espresso; Caltagirone, con un peso calcolato sui volumi (circa il 10%) decisamente superiore a quello registrato in termini di fatturato (6,6%), si conferma al terzo posto; mentre i rimanenti operatori hanno realizzato delle quote decisamente inferiori al 10%.

Tabella 2.59. *Editoria quotidiana – Quote di mercato in volume (2010)*

Gruppo di riferimento	Soggetto	Denominazione Testata	Tiratura		Copie diffuse	Copie diffuse giornaliere	Copie vendute
			N.	%			
RCS			**524.322.202**	**17,5**	**423.114.692**	**1.387.347**	**308.893.623**
	Rcs Quotidiani	Corriere della Sera	223.878.390	7,5	173.869.628	489.774	170.628.389
		Gazzetta dello Sport	168.712.145	5,6	119.754.188	334.509	118.071.455
	City Italia	City Bari*	3.929.000	0,1	3.929.000	18.190	
		City Bologna*	5.728.000	0,2	5.728.000	26.642	
		City Firenze*	5.739.950	0,2	5.739.950	26.697	
		City Genova*	3.765.000	0,1	3.765.000	17.512	
		City Napoli*	9.659.000	0,3	9.659.000	44.718	
		City Roma*	27.100.000	0,9	27.100.000	126.047	
		City Verona*	2.187.628	0,1	2.187.628	10.175	
		City Torino*	11.364.900	0,4	11.364.900	52.860	
	City Milano s.p.a.	City Milano*	33.495.878	1,1	33.495.878	155.795	
	Editoriale Corriere di Bologna s.p.a.	Corriere di Bologna	5.298.540	0,2	4.528.317	14.847	3.802.017
	Editoriale Fiorentina s.p.a.	Corriere Fiorentino	7.813.381	0,3	7.484.868	22.014	5.383.928
	Editoriale Veneto s.p.a.	Corriere del Veneto	15.650.390	0,5	14.508.335	47.568	11.007.834
GELE			**402.495.991**	**13,5**	**315.363.539**	**962.173**	**311.903.644**
	Gruppo editoriale L'Espresso s.p.a.	La Repubblica	210.144.544	7,0	160.576.727	448.538	159.681.727
	Editoriale la Nuova Sardegna s.p.a.	La Nuova Sardegna	24.628.830	0,8	20.702.079	57.827	20.418.703

(segue) ***Tabella 2.59.*** *Editoria quotidiana – Quote di mercato in volume (2010)*

Gruppo di riferimento	Soggetto	Denominazione Testata	Tiratura		Copie diffuse	Copie diffuse giornaliere	Copie vendute
			N.	%			
	Editoriale FVG Società per Azioni	Messaggero Veneto	17.861.912	0,6	15.229.694	49.447	15.051.465
		Messaggero del Lunedì	2.820.355	0,1	2.382.208	47.644	2.351.141
		Il Piccolo	13.944.105	0,5	11.374.436	36.930	11.225.191
		Piccolo del Lunedì	1.923.750	0,1	1.636.519	32.730	1.612.048
		Gazzetta di Mantova	12.934.073	0,4	11.246.729	31.415	11.115.918
		Nuova Gazzetta di Modena	4.826.056	0,2	3.609.195	10.082	3.586.117
		Gazzetta di Reggio	5.772.048	0,2	4.350.680	12.153	4.471.372
		La Nuova Ferrara	4.690.821	0,2	3.597.354	10.048	3.551.984
		La Provincia Pavese	9.225.759	0,3	7.209.834	20.196	7.063.028
	Finegil Editoriale s.p.a.	Il Centro	11.546.788	0,4	8.837.229	24.685	8.598.159
		La Città - quotidiano di Salerno e Provincia	4.286.370	0,1	2.936.340	8.202	2.840.432
		Il Mattino di Padova	13.341.314	0,4	11.068.935	30.919	10.941.763
		La Tribuna di Treviso	8.287.206	0,3	6.755.343	18.870	6.668.362
		la Nuova di Venezia e Mestre	5.850.883	0,2	4.358.275	12.174	4.225.884
		Il Tirreno	34.980.957	1,2	27.511.830	76.849	26.896.763
	S.E.T.A. Società editrice tipografica atesina s.p.a.	Alto Adige/Corriere delle Alpi / Trentino	15.430.220	0,5	11.980.132	33.464	11.603.587
Caltagirone			**303.157.686**	**10,1**	**252.459.448**	**886.049**	**130.623.493**
	Il Messaggero s.p.a.	Il Messaggero	96.277.752	3,2	68.676.524	192.912	66.391.884
	Leggo s.p.a.	Leggo*	115.198.291	3,9	115.198.291	500.862	
	Il Gazzettino	Il Gazzettino	37.376.775	1,2	28.504.562	79.622	25.917.176
	Il Mattino s.p.a.	Il Mattino	36.704.802	1,2	26.627.978	74.380	25.357.207
	Corriere Adriatico s.p.a.	Corriere Adriatico	8.629.751	0,3	6.452.041	18.022	6.173.200

(segue) ***Tabella 2.59.*** *Editoria quotidiana – Quote di mercato in volume (2010)*

Gruppo di riferimento	Soggetto	Denominazione Testata	Tiratura		Copie diffuse	Copie diffuse giornaliere	Copie vendute
			N.	%			
	Quotidiano di Puglia s.p.a.	Nuovo Quotidiano Di Puglia	8.969.615	0,3	6.999.352	19.551	6.784.026
		Quotidiano di Brindisi, Lecce e Taranto	700	–	700	700	0
Monrif			**153.852.252**	**5,1**	**114.729.509**	**321.371**	**108.767.590**
	Poligrafici Editoriale s.p.a.	Il Resto del Carlino	66.902.362	2,2	52.253.157	146.367	49.009.792
		La Nazione	55.578.476	1,9	41.700.542	116.808	40.143.664
		Il Giorno	31.371.414	1,1	20.775.810	58.196	19.614.134
Il Sole 24 Ore	Il Sole 24 Ore s.p.a.	Il Sole 24 Ore	**119.719.825**	**4,0**	**95.960.185**	**268.045**	**50.015.936**
Altri operatori			**1.488.501.008**	**49,7**	**1.061.625.459**	**3.457.247**	**804.006.754**
TOTALE			**2.992.048.964**	**100**	**2.263.252.832**	**7.282.232**	**1.714.211.040**

** free press*

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Occorre altresì precisare che, come l'Autorità ha già avuto modo di affermare[79], per le testate quotidiane la vocazione locale è assai rilevante. Pertanto, se a livello nazionale il mercato dei quotidiani risulta essere poco concentrato, a livello locale, la diffusione di tali testate potrebbe, in taluni specifici casi, presentarsi più polarizzata, determinando un livello di concentrazione maggiore di quanto non appaia in un'analisi condotta a livello nazionale.

A ciò si aggiunga che, per garantire la tutela del pluralismo e assicurare il soddisfacimento dell'interesse dei cittadini a un'informazione pluralista e capillare, anche a livello locale (ma non solo), si inseriscono le misure di sostegno diretto ai soggetti minori.

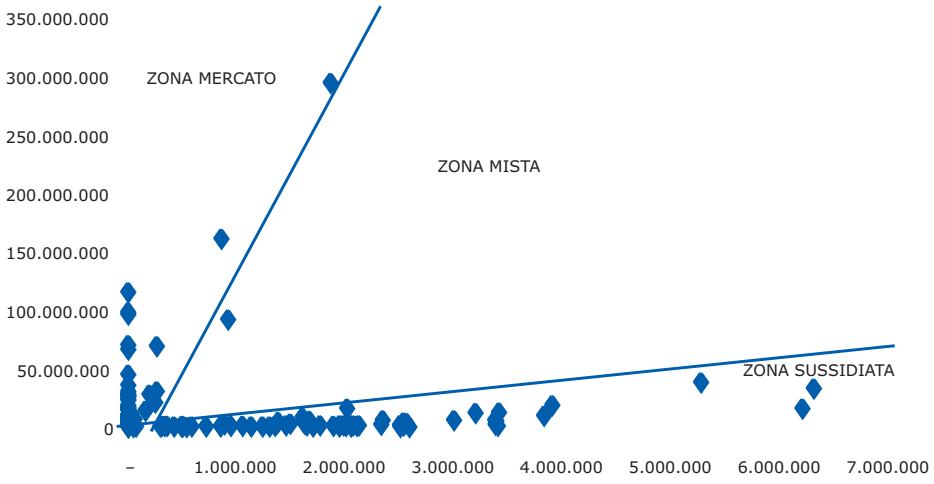
Come già evidenziato per gli altri mercati, questo strumento non appare tuttavia aver raggiunto l'obiettivo per cui è stato introdotto. Al riguardo è da evidenziare che, anche a livello internazionale, sono stati condotti studi per analizzare l'efficacia dei sussidi alla stampa, finalizzati a garantirne il livello qualitativo e il pluralismo dell'informazione. Si sono riscontrati addirittura possibili effetti controproducenti[80], poiché i finanziamenti che non rispecchiano le preferenze degli utenti non solo non si traducono necessariamente in un beneficio per i lettori, ma possono tradursi in un decadimento della qualità.

79 Cfr. delibera n. 555/10/CONS.

80 M.A. Leroch e C. M. Wellbrock, "Saving newspapers with public grants – The effects of press subsidies on the provision of journalistic quality". *Information Economics and Policy* 23, pp. 281-286, 2011.

In Italia, dalle evidenze emerge innanzitutto che il dato di diffusione della testata non ha trovato riscontro nella distribuzione di queste risorse, come si evince chiaramente nella Figura 2.29. Infatti, a fronte dell'esistenza di una fragia di editori di quotidiani con elevata diffusione e scarso ricorso ai contributi (cd. Zona di Mercato), vi è una pletora di soggetti con scarsa diffusione presso il pubblico ed un ingente ammontare di provvidenze ricevute (Zona sussidiata). In sostanza, mentre i soggetti che editano testate di successo riescono a stare sul mercato e a diffondere i propri prodotti presso il pubblico senza ricorso (o con scarso ricorso) ai contributi, vi sono moltissimi soggetti che ricevono ingenti finanziamenti pubblici senza trovare alcun riscontro delle loro testate presso i cittadini. Ciò assume particolare rilievo se si considera tale misura in prospettiva storica.

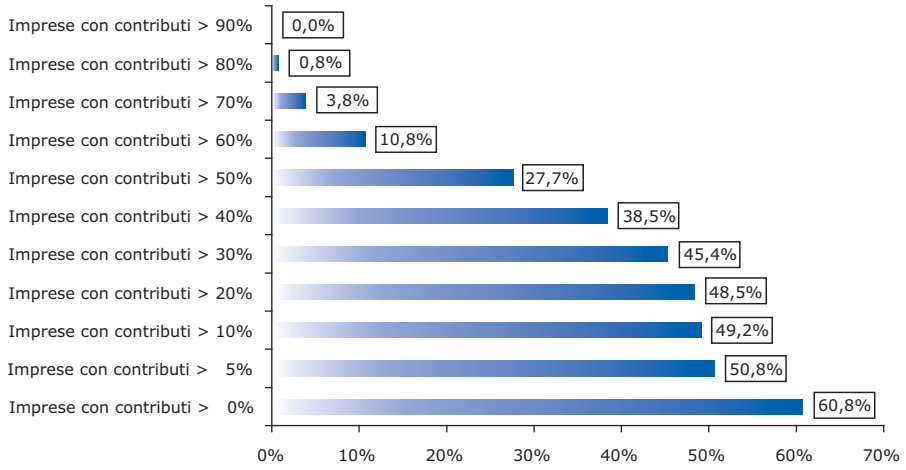
Figura 2.29. *Provvidenze percepite e diffusione della testata*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

Peraltro, l'indicazione che si tratti di una distorsione rilevante delle dinamiche di mercato è confermata dalla Figura 2.30, in cui si rileva che più del 60% dei quotidiani riceve contributi pubblici (peraltro analizzando, come descritto in precedenza, solo quelli diretti, cfr. par. 2.2); il dato che appare ancora più preoccupante è che circa metà delle imprese percepisce contributi superiori al 20% del proprio fatturato e solo poco meno del 30% ne percepisce in quota superiore al 50%, con punte di società che arrivano all'80% dei ricavi da attività tipica derivanti da tale posta.

Figura 2.30. *Contributi pubblici in % del fatturato: l'editoria quotidiana*



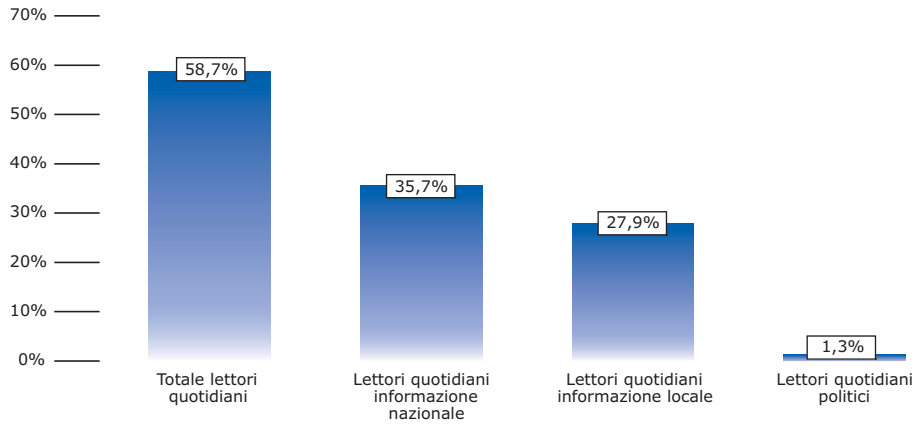
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

I contributi all'editoria sono di varia natura, erogati a minoranze linguistiche, a quotidiani editi e diffusi all'estero, a pubblicazioni edite da cooperative di giornalisti, etc. Tra le categorie più rilevanti ci sono le provvidenze erogate a testate organo di partito o movimenti politici o editrici di quotidiani o periodici organi di movimenti politici, trasformatesi in cooperativa. Seppure si intuisce la *ratio* sottostante questa previsione, sembra che l'implementazione di questo strumento sia stata maggiormente causa di distorsione che non di impulso ad un maggiore pluralismo.

A conferma di quanto appena detto, dal lato della domanda di informazione, è chiaramente emerso[81] (nell'ambito dell'Osservatorio sul consumo di mezzi di informazione, cfr. par. 3.2.1) che i quotidiani più rilevanti sono quelli di informazione (sia nazionale sia locale), mentre quelli politici (intesi, come detto, in senso ampio), che, d'altronde, risultano essere i maggiori beneficiari dell'intervento pubblico, hanno scarsissimo seguito presso il pubblico (solo l'1% dei cittadini italiani è lettore di tale tipologia di giornali).

81 Delibera n. 555/10/CONS.

Figura 2.31. *Editoria quotidiana – Lettori per tipologia di quotidiani 2010 (%)*



Fonte: dell'Autorità

In conclusione, il mercato dei quotidiani presenta, da un lato, limitate barriere all'ingresso e un basso livello concentrativo. Dall'altro lato, emerge una certa stabilità delle posizioni di mercato ed una vivacità concorrenziale tutta spostata sul versante pubblicitario e non su quello dei consumatori. In questo quadro, i sussidi pubblici non appaiono aver rappresentato né uno strumento efficiente per garantire il pluralismo dell'informazione, né un meccanismo volto a soddisfare livelli minimi di efficienza allocativa.

I periodici

L'editoria periodica è caratterizzata da un'elevata differenziazione del prodotto, in grado di soddisfare un ampio spettro di interessi dei lettori, che possono variare dall'informazione all'intrattenimento, dagli approfondimenti tematici per il tempo libero a quelli in ambito professionale. Parallelamente quindi, a causa della sua elevata segmentazione, è un mercato interessante per gli investitori pubblicitari alla ricerca di uno specifico *target* di consumatori, in particolare per quelle categorie merceologiche per cui la stampa rimane il mezzo più efficiente e idoneo a garantire il successo di una campagna pubblicitaria (si pensi, ad esempio, alla moda e agli oggetto di lusso). La sua natura eterogenea lo rende peraltro, un settore complesso con diverse articolazioni al proprio interno. Al riguardo, è opportuno precisare che la ripartizione dei proventi tra i due versanti (lettori/inserzionisti) può variare anche significativamente a seconda della tipologia delle pubblicazioni, contribuendo a rafforzare la differenziazione dei periodici per genere. In particolare, si rileva che gli introiti derivanti dai lettori rappresentano le entrate principali per le edizioni periodiche pubblicate in serie (c.d. "collezionabili"), che possono riguardare diverse tematiche (si tratta, ad esempio, di guide pratiche per la cucina o il fai da te, di corsi di lingua, di serie dedicate ai bambini o ai ragazzi, ecc.) e la cui vendita è spesso abbinata alla commercializzazione di prodotti collaterali (video, CD-rom, DVD, modellini da assemblare, etc.). Viceversa, i proventi pubblicitari costituiscono la fonte prevalente di ricavo per gli editori di tutte quelle rivi-

ste (ad esempio, quelle di taglio femminile, maschile, di moda) in cui la presentazione del contenuto pubblicitario è legata sinergicamente al contenuto editoriale degli articoli.

In relazione alla tipologia di prodotto venduto, l'editoria periodica appare connotata da una multimedialità meno marcata rispetto a quella che caratterizza la raccolta sui quotidiani, poiché di regola i periodici sono utilizzati per promuovere prodotti le cui caratteristiche si adattano particolarmente ai tempi e alla modalità di fruizione di tale tipo di testate, con l'effetto che le dimensioni delle *audience* dei siti legati ai periodici hanno al momento una rilevanza più contenuta di quella dei quotidiani.

Con riguardo all'andamento economico, il mercato ha subito un'ulteriore contrazione, pari al 4%, con un valore complessivo, nel 2011, di poco inferiore a 3,3 miliardi di euro (cfr. Tabella 2.60). Tale flessione si è inserita in un andamento che dimostra il carattere strutturale, non solo congiunturale, della crisi che sta attraversando il mercato dei periodici e che riguarda tanto la periodica generalista quanto quella specializzata.

L'analisi dei ricavi relativi alle attività caratteristiche ha mostrato, rispetto all'anno precedente, una riduzione analoga dei ricavi da vendita di copie (-5%) e dei ricavi da pubblicità (-2,6%), mentre il declino dei collaterali rimane su livelli elevati (-4,3%).

Tabella 2.60. *Editoria periodica – Ricavi da attività caratteristiche*

	Ricavi (Mln. euro)		Δ 2011/2010	Incidenza sul totale (2011)
	2010	2011***		
Vendita di copie	1.795,41	1.705,28	-5,0%	52,1%
Pubblicità	1.351,88	1.317,01	-2,6%	40,2%
Collaterali*	227,15	217,33	-4,3%	6,6%
Provvidenze e convenzioni**	34,71	34,71	0,0%	1,1%
Totale	3.409,15	3.274,33	-4,0%	100,0%

* Il dato include anche il valore dei collaterali non librari o fonografici, i quali non rientrano nella valorizzazione del SIC.
** Il dato riguarda i ricavi derivanti da convenzioni con soggetti pubblici e da provvidenze pubbliche. Si è ipotizzato che tale dato sia rimasto costante nel 2011.
*** Valori stimati.
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

A causa della natura fortemente eterogenea del settore, il risultato, come abbiamo già evidenziato, è frutto di dinamiche assai diverse, espressione di contesti molto variegati, che nel loro andamento riflettono diversamente l'impatto delle variabili e dei fattori esogeni, al punto di registrare in alcuni casi situazioni congiunturali antitetiche.

Da qualche studio di settore[82] sono emerse alcune caratteristiche di segmenti specifici, seppur differenziati anche al proprio interno. È stato rilevato, ad esempio, un calo generalizzato di fatturato delle aziende di editoria specializzata, che si traduce, nell'ambito delle analisi per classi di fatturato, nello slittamento di molte aziende a una

82 ANES, "*4° Osservatorio Economico Anes*", dicembre 2011.

fascia inferiore. Gli editori che sembrano aver sostenuto meglio la crisi sono quelli di medie dimensioni ed è stato evidenziato, in linea generale, un arretramento importante dei ricavi pubblicitari (che per molte delle aziende rivolte al mercato professionale è la componente principale del fatturato) e una riduzione più contenuta di quelli diffusionali.

Anche sotto questo profilo è da rilevare che il calo della raccolta pubblicitaria sui periodici appare di tipo strutturale. La pubblicità sui periodici è infatti aumentata significativamente fino al 2008, per poi diminuire drasticamente, di quasi il 30%, in tre anni (2009-2011).

Sul versante dell'offerta, il mercato della raccolta pubblicitaria sui periodici si caratterizza per la presenza di dodici principali operatori (Tabella 2.61) che raccolgono il 60% circa delle risorse complessive e da una pluralità di editori minori che soddisfano nicchie di mercato (sia di natura geografica sia, soprattutto, di ordine contenutistico).

Tabella 2.61. *Principali operatori del mercato*

Gruppo	Concessionaria di pubblicità	Principali testate edite
Fininvest/Mondadori	Mondadori Pubblicità s.p.a.	Panorama, Tv Sorrisi e Canzoni, Grazia, Donna Moderna, Chi, Flair; Focus, etc.
RCS Mediagroup	RCS Pubblicità s.p.a.	Oggi, Visto, Novella 2000, Astra, Amica, Max, Dove, etc.
Condè Nast		Vogue, Glamour, CQ, Traveller, AD, Wired, Vanity Fair, etc.
Gruppo Editoriale L'Espresso	A. Manzoni & C. s.p.a.	L'Espresso, National Geographic Italia, Mente & Cervello, Limes, MicroMega, Le Guide dell'Espresso, etc.
Hachette	Hachette Rusconi Pubblicità s.p.a.	Elle, Elle Decor Italia, Gente Enigmista, Gente, Gioia, Elle Spose, etc.
Il Sole 24 Ore	Divisione interna alla *holding*.	Agrisole – Il Sole 24 Ore, Guida al Diritto, La Settimana Fiscale, Il Sole 24 Ore Lombardia, etc.
Cairo Communication	Cairo Pubblicità s.p.a.	Airone, Antiquariato, Arte, Bell'Italia, Bell'Europa, In Viaggio, Diva e Donna, Settimanale Dipiù, etc.
Tecniche Nuove	Divisione interna alla società	Cucina Naturale, Il Dentista Moderno, GT- Il Giornale Termoidraulico, etc.
Editoriale Domus	Divisione interna alla società	Quattroruote, Dueruote, Quattroruote Vendo & Compro, Ruote classiche, Top Gear, etc.
Class	Class Pubblicità s.p.a., Classpi Digital s.p.a.	Class, Case & Country, Gentleman, Campus, Capital, Patrimoni, Global Finance, MMF Magazine, etc.
Terra Nova Editore	Divisione interna alla società	Solocase, Solocase Ed. Milano e Lombardia, Casa Annunci Ti Trova Casa, etc.
SEGE	Tre Pi Pubblicità s.r.l.	Porta Portese, Click. Up For It, Porta Portese News, etc.

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

A fronte di tale fase recessiva, la struttura di mercato rimane assai poco concentrata, come evidenziato dal valore dell'indice HHI (intorno a 400, tra i più bassi nei media), seppur mantenendo questa dicotomia tra una forte presenza dei grandi gruppi editoriali e un cospicuo numero di operatori di dimensioni medio-piccole (v. Tabella 2.62).

La struttura del mercato mostra, quindi, che l'editoria periodica presenta un discreto livello di concorrenza. Tuttavia, a causa dell'ampia diversificazione orizzontale che, come detto, caratterizza le testate periodiche, alcuni operatori potrebbero detenere, a livello antitrust, posizioni di maggior forza economica in alcuni specifici segmenti di mercato.

Da un punto di vista delle quote, la *leadership* è di Mondadori con una quota del 14%; seguono RCS Mediagroup, Condè Nast, L'Espresso, Hearst e Cairo.

Tabella 2.62. *Editoria periodica – Quote di mercato dei principali gruppi editoriali (%)*

	Quote di mercato (%)	
	2010	**2011***
Mondadori	14,2%	14,0%
RCS Mediagroup	9,0%	8,7%
Condè Nast	4,9%	5,1%
Gruppo L'Espresso	4,3%	4,4%
Hearst Magazines Italia	3,1%	3,3%
Cairo	2,7%	3,2%
De Agostini	2,4%	2,4%
Il Sole 24 Ore	2,7%	2,5%
Altri	55,4%	55,3%
Totale	100,0%	100,0%
Indice di concentrazione HHI	409	401

* Valori stimati.
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

L'esistenza di dinamiche competitive trova conferma nelle ridotte barriere all'ingresso che interessano il mercato, nel quale continuano a emergere nuove testate editoriali a basso prezzo che hanno raggiunto quote significative dal lato editoriale e della raccolta pubblicitaria[83].

2.2.4. Internet

Quadro generale

La Commissione europea ha lanciato nel marzo 2010 la strategia "Europa 2020" con l'intento di uscire dalla crisi e preparare l'economia europea alle sfide del prossimo

83 Cfr. Agcm IC35 – *Indagine conoscitiva riguardante il settore dell'editoria quotidiana, periodica e multimediale*, provvedimento di chiusura della I parte del 12 luglio 2007, § 42.

decennio. In tale ambito, con l'adozione dell'Agenda digitale europea[84], la Commissione mira a stabilire il ruolo chiave delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, pianificando ambiziosi risultati entro il 2020. L'agenda si prefigge di tracciare la strada per sfruttare al meglio il potenziale sociale ed economico di questo settore e, in particolare, di internet, che costituisce il supporto essenziale delle attività socio-economiche. Secondo l'opinione generale, il raggiungimento degli obiettivi contenuti nell'agenda stimolerà l'innovazione e la crescita economica e migliorerà la vita quotidiana dei cittadini e delle imprese. La diffusione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione è considerata alla base del recupero di produttività per migliorare la competitività internazionale di un Paese e per creare nuova occupazione qualificata. La Commissione, d'altronde, ha individuato i sette[85] ostacoli principali allo sviluppo, dall'analisi dei quali si evince che l'Europa è in ritardo rispetto ai suoi partner industrializzati[86]. Agli Stati membri, mediante l'adozione di un'Agenda digitale nazionale, spetta individuare e realizzare concretamente le tappe che permettano il raggiungimento di tali traguardi.

Rispetto agli obiettivi prefissati, e ad alcune condizioni di partenza, l'Italia mostra segnali di ritardo anche relativamente alle altre economie europee, nonostante continui a manifestare progressi sotto alcuni profili[87].

Con particolare riguardo ad internet, è da rilevare che, secondo i dati Audiweb, l'accesso ad internet continua a mostrare tassi di crescita costanti con un incremento del 6,9% rispetto all'anno precedente: crescono i collegamenti da casa (+8%), ma soprattutto quelli da altri luoghi, e in particolare, i collegamenti in mobilità (+55,4%). Parallelamente, gli utenti attivi nel mese di febbraio 2012 sono pari a 27,7 milioni di utenti con una crescita del 9,2% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, mantenendo una certa differenziazione di genere (55% uomini, 45% donne).

L'*audience on line* nel giorno medio registra una crescita del 7,3%, con 13,8 milioni di utenti attivi che hanno consultato in media 166 pagine per persona, collegati per 1 ora e 26 minuti. Nel giorno medio sono *on line* principalmente le fasce dei 35-54enni (6,6 milioni) seguiti dai 25-34enni (2,6 milioni).

---

84 Commissione europea, *A Digital Agenda for Europe* - COM(2010) 245.

85 Frammentazione dei mercati digitali, mancanza di interoperabilità, aumento della criminalità informatica e rischio di un calo della fiducia nelle reti, mancanza di investimenti nelle reti, impegno insufficiente nella ricerca e nell'innovazione, mancanza di alfabetizzazione digitale e competenze informatiche, opportunità mancate nella risposta ai problemi della società.

86 "Il numero di brani musicali scaricati attualmente negli Stati Uniti è quattro volte superiore rispetto all'UE, che presenta mercati frammentati e una carenza di contenuti scaricabili legalmente. Il 30% degli europei non ha mai usato internet, il tasso di penetrazione delle reti ad alta velocità a fibra ottica è solo dell'1% in Europa, contro il 12% del Giappone e il 15% della Corea del Sud, infine, la spesa destinata dall'UE alle attività di ricerca e sviluppo nel settore delle TIC è pari solo al 40% della spesa degli USA". Commissione europea, A Digital Agenda for Europe - COM(2010) 245.

87 A titolo esemplificativo "L'Italia presenta un numero di 'analfabeti digitali' (definito come numero di cittadini che non hanno mai utilizzato internet) fra i più alti d' Europa. La media europea è pari al 20%, mentre in Italia, secondo Eurostat, la percentuale è del 40%" nella Segnalazione al Governo in tema di liberalizzazioni e crescita: Un'agenda digitale per l'Italia, AGCOM (gennaio 2012).

Tabella 2.63. *La fruizione di internet in Italia*

Audience online	**gen-12**	**gen-11**	**Δ 2012/2011**
Utenti attivi nel mese (000)	27.695	23.156	11,6%
Utenti attivi nel giorno medio (000)	13.760	11.307	11,3%

Fonte: Audiweb

È da rilevare che, osservando i dati sull'uso del mezzo nelle diverse fasce orarie del giorno medio, oltre a emergere una costante attività durante tutta la giornata, si evidenzia un picco dell'*audience* tra le ore 18 e le 21, con 7,5 milioni di utenti *on line*, che scende poi a 5,5 milioni di utenti tra le 21 e mezzanotte, fascia oraria in cui si registra una maggiore attività *on line*, sia in termini di tempo speso (36 minuti), che di pagine viste per persona (68). In aggiunta a ciò, le categorie di siti più visitati sono i motori di ricerca, i *social network* e i portali, mentre quelle con maggiore crescita sono: i video/film, le informazioni turistiche e di viaggio, i siti di *coupon* e sconti, e il meteo. La lettura complessiva di questi dati sembra confermare che per lo più l'utilizzo di internet si concentra nella funzione di ricerca, di scambio di informazioni e di comunicazione attraverso i *social network* e di intrattenimento; basso, invece, è l'utilizzo di internet per funzioni produttive. Il commercio elettronico è poco sviluppato, poco diffuso l'e-*banking*, e le piccole e medie imprese italiane (ovvero la parte preponderante del sistema produttivo nazionale) utilizzano scarsamente internet per l'e-*commerce* o per la fatturazione elettronica.

Ancora più rilevanti sono alcune peculiarità nelle modalità di accesso e nella fruizione dei media digitali e di internet in particolare. Infatti, nonostante l'Italia presenti ancora uno dei tassi di penetrazione più bassi tra i paesi avanzati, è uno dei mercati con la maggior penetrazione degli *smartphone* ed è tra i primi paesi al mondo come diffusione dei *social media*.

Si stima che quasi dieci milioni di individui abbiano accesso ad internet da un dispositivo mobile (cellulare/*smartphone*/*tablet*) e le attività effettuate attraverso tali strumenti sono: navigare su internet, inviare/ricevere email, consultare motori di ricerca e accedere ai *social network*.

I *social network* sono costituiti da realtà diverse. Esistono quelli generalisti come *Facebook*, utilizzati per la condivisione di informazioni, tematici come *MySpace* che permettono un approfondimento collettivo più verticale e specializzato, *social network* come *Twitter* che consentono un facile e continuo aggiornamento delle informazioni o, infine, quelli basati sulla localizzazione geosatellitare, come *Foursquare*.

La diffusione dei *social network* in generale, e di Facebook in particolare, sta caratterizzando la più recente evoluzione del *web*, comportando modifiche nei comportamenti, anche sociali e politici[88], con evidenti ripercussioni anche sul versante pubblicitario.

È un fenomeno globale, visto che i *social network* interessano la maggioranza degli internauti in ogni nazione e impegnano la maggior parte del tempo speso da essi *on*

88 Alec Ross, Consigliere per l'innovazione e la tecnologia al Dipartimento di Stato USA nell'Ufficio del Segretario di Stato Hillary Clinton, afferma che i social media rafforzano la democrazia e dichiara che le organizzazioni dei Media devono *"adattarsi alla realtà digitale o moriranno di una morte lenta".* Aggiunge che sia nel caso del governo che dei Media "*il 21.mo secolo è un pessimo periodo per essere un maniaco del controllo*".

line. Peraltro, tale fenomeno risulta in rapida e continua crescita con forti influenze, ad esempio, sulle decisioni di acquisto dei consumatori. Anche in Italia il fenomeno assume la stessa rilevanza, nonostante la ridotta estensione dell'accesso ad internet. Il 67,8% degli italiani conosce almeno un *social network* tra quelli più noti (Facebook, Twitter, Messenger, fino a Skype). Si tratta di 33,5 milioni di persone, in crescita rispetto ai 32,9 milioni del 2009[89]. Sempre nel nostro Paese, gli utenti spendono circa un terzo (pari al 31%) del proprio tempo *on line* visitando i *social network*. Crescono a doppia cifra le categorie e i luoghi dedicati alle *social community*, all'intrattenimento e a tutte le realtà fondate sul terreno della collettività e della condivisione. Anche l'informazione si estende creando "luoghi" di condivisione *on line*, trasformando il modo di concepire, diffondere e consumare le notizie, sia sotto il profilo giornalistico-editoriale[90] sia nel campo della comunicazione pubblicitaria.

Proprio l'analisi dell'evoluzione delle differenti tipologie di servizi *web* dà conto della rapidità dell'evoluzione in atto. A titolo esemplificativo, seppure i blog sono stati la prima espressione del desiderio di comunicare degli internauti e sono stati spesso associati alla dimensione sociale e alle prime manifestazioni di *social network*, sono stati oramai da questi ultimi completamente superati[91].

Nel 2011, la penetrazione dei *social media* in Italia è pari all'86% degli utenti web e, mentre il 78% dei navigatori si informa *on line* (20,7 milioni di utenti), l'87% (23 milioni di utenti) utilizza internet per intrattenimento[92].

L'evoluzione cui si assiste implica l'affermarsi prevalentemente delle società nate nel *web*, anche se operatori provenienti da altri settori consolidano le proprie posizioni.

Come gli altri mezzi di comunicazione, internet rappresenta un ambito di mercato a due versanti e, data la complessità del settore, è bene soffermarsi su entrambi i lati del mercati.

Il versante degli utenti

Nell'ultimo decennio – anni che alcuni hanno definito "rivoluzionari" per tutto l'universo dei media e per l'uso che gli individui ne fanno nella loro vita quotidiana – si è assistito ad un incremento generalizzato dell'utilizzazione di tutti i media oggi a disposizio-

89 Censis, "*IX Rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione. I media personali nell'era digitale*", 2011.

90 È sempre più frequente, anche da parte delle testate quotidiane, l'utilizzo di strumenti provenienti dai *social network*, quali il "Mi piace" di Facebook, che consentono un'interazione con i lettori oltre alla condivisione delle notizie e, qualora associati alla licenza *Creative Commons*, consentono la diffusione *on line* di articoli tratti dalla testata giornalistica.

91 In tal senso, è significativo che *Splinder*, una delle maggiori piattaforme blog in lingua italiana, che offriva anche funzionalità multimedia e di messaggistica istantanea (una sorta di servizio a metà strada tra il *blogghin* e il *social networking*), solo due anni fa era tra i primi 40 siti in termini di *audience* mentre, a novembre 2011, era sceso al novantesimo posto, per poi essere chiuso in data 31 gennaio 2012. Alcune piattaforme blog, come Blogger di Google, mantengono invece la propria posizione, ma in tali casi l'andamento appare dovuto più all'integrazione con altri servizi (come l'integrazione con i servizi di Google) che all'affermazione dei blog in sé.

92 UPA, *Tableau de Bord* n. 15, luglio 2011.

ne delle persone[93]. Tendenzialmente, rispetto a dieci anni fa, oggi più persone fanno uso – peraltro più frequente – di un maggior numero di media. Nel 2006, solo il 29% della popolazione italiana aveva confidenza con le tecnologie informatiche e telematiche, mentre nel 2011 tale quota sfiora il 50%.

In via preliminare, come evidenziato già nell'analisi dei mercati rilevanti del SIC[94], sul versante degli utenti, tra internet e le altre piattaforme di comunicazione non si riscontra un fenomeno di sostituibilità. Internet è un nuovo media contraddistinto da una specifica tipologia di utenza. La sua affermazione presso il pubblico ha ovviamente profondi riflessi anche sull'utilizzo degli altri mezzi di comunicazione di massa, così come è storicamente avvenuto per tutti i media (ad esempio, la diffusione della televisione produsse significativi effetti sul consumo radiofonico). Più che un fenomeno di sostituibilità tra prodotti (legato a variazioni nei prezzi relativi), è in atto un graduale processo di parziale sostituzione degli altri media (al momento dell'editoria cartacea in particolare) con internet, tipico delle fasi di sviluppo di un nuovo mezzo di comunicazione di massa.

A partire dalla metà del decennio scorso si è assistito alla crescita repentina degli utenti digitali, avvenuta prevalentemente a discapito dei lettori (scesi nel 2011 al 23,3%), mentre la quota degli utenti audiovisivi è rimasta praticamente stabile (il 28,7% nel 2011). Anche la fruizione televisiva ha però subito delle modifiche, indirizzandosi in una certa misura verso una personalizzazione dei palinsesti.

Ma il settore più interessato dall'avvento delle nuove tecnologie è senz'altro la stampa, in particolare quella quotidiana. Gli altri media, che consentono anche una fruizione contemporanea, come la radio e la televisione, hanno avvertito meno la "rivoluzione del *web*". È da considerare d'altro canto, che internet è una piattaforma su cui convergono tutti i media e le interazioni sono inevitabili. Gli utenti hanno scoperto nuove forme di fruizione dei mezzi classici, non solo leggendo le notizie *on line*, ma anche "rivedendo" i contenuti televisivi o scoprendo nuovi contenuti[95]. Il IX Rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione, segnala che, indipendentemente dall'uso del televisore, il 12,3% della popolazione attinge ai siti internet delle emittenti televisive per seguire i programmi prescelti, superando il vincolo del palinsesto, il 22,7% utilizza *YouTube*[96], e il 17,5% segue programmi scaricati tramite il *web* da altre persone. In aggiunta a ciò, si evidenzia la nascita di nuovi prodotti, specifici del *web* (quali ad esempio le *webseries*) e nuovi formati, con linguaggi più diretti, prodotti anche da non pro-

93 Censis, "*VIII Rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione. I media tra crisi e metamorfosi*", 2010; Censis, "*IX Rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione. I media personali nell'era digitale*", 2011.

94 Delibera 555/10/CONS.

95 Nel corso del 2011 in Italia è stato realizzato un programma di matrice televisiva, *Servizio Pubblico*, diffuso su alcune reti televisive locali e su internet, attraverso un sito dedicato e attraverso altri siti di testate *on line*. L'esperimento ha raggiunto un notevole risultato in termini di contatti registrati al flusso *streaming* sul sito dedicato durante ogni puntata (2 milioni di media le prime puntate, attestate intorni a 1,5 milioni le seguenti) oltre a quelli registrati sui siti di *Repubblica,* del *Corriere* e del *Fatto Quotidiano*.

96 In tal senso è sufficiente considerare che *YouTube* (del gruppo Google) in Italia registra una continua crescita, essendo passato dall'ottavo sito in termini di visitatori unici nel 2009 al terzo sito più visitato nel novembre del 2011, con una *audience* nel febbraio 2012 pari al 65% di utenti attivi (e del 32,9% dell'intera popolazione, rispetto a 47,9% e 18,4% rispettivamente nel 2009), e con un deciso incremento del tempo speso per persona.

fessionisti, caratterizzati da una fruizione completamente diversa, che coniugano il contenuto con l'interattività propria di internet, e fanno leva sulle potenzialità della *community*.

Tale evidenza rafforza ancora una volta la considerazione che internet rappresenta un ambito a parte rispetto agli altri media. Anche allorché vengono utilizzati dati, informazioni e contenuti dei media tradizionali, le modalità di fruizione e la gestione dell'offerta assumono caratteristiche peculiari della rete, che spesso sfuggono agli editori classici.

Nonostante gli operatori provenienti dai media tradizionali stiano cercando di adattarsi al nuovo mondo della comunicazione, si evidenzia però che, nei primi siti per utenti unici, non rientrano quelli provenienti dall'editoria classica, ma tali posizioni sono appannaggio di motori di ricerca, *social network*, e portali con un'evidente ascesa dei secondi. In particolare, si segnala il consolidamento di Facebook come secondo sito per utenti unici (dopo Google, con una penetrazione superiore al 90%) e con il 78% degli utenti attivi (21,5 milioni di utenti) che lo utilizza, con un tempo speso medio mensile per persona superiore a 8 ore, di gran lunga maggiore al consumo medio di qualunque altro sito.

Analizzando, d'altronde, la capacità di attrarre *audience* delle società (nel senso di gruppo societario, si veda la Tabella 2.65) che operano sul *web*, tale evoluzione risulta confermata.

Tabella 2.64. *I primi 15 siti sul* web *in termini di* audience *(febbraio 2012)*

Sito	Rank	Audience (000)	% utenti attivi	% popolazione	Tempo per utente	Pagine per utente
Totale		**27.695**	**100,0**	**50,7**	**20:44:47**	**2.391,6**
Google	1	25.527	92,2	46,7	01:44:37	256,8
Facebook	2	21.549	77,8	39,4	08:05:41	1.032,9
YouTube	3	17.983	64,9	32,9	01:04:54	98,8
MSN/WindowsLive/Bing	4	15.947	57,6	29,2	00:59:41	77,4
Virgilio	5	14.753	53,3	27,0	00:49:13	108,6
Libero	6	14.143	51,1	25,9	01:08:09	152,2
Microsoft	7	14.053	50,7	25,7	00:44:52	14,7
Yahoo!	8	13.718	49,5	25,1	00:29:00	62,3
Wikipedia	9	13.394	48,4	24,5	00:12:55	18,4
Blogger	10	11.048	39,9	20,2	00:10:01	16,3
Leonardo.it	11	9.608	34,7	17,6	00:09:55	18,8
La Repubblica	12	9.398	33,9	17,2	00:27:42	38,1
Corriere della Sera	13	8.622	31,1	15,8	00:23:51	36,6
Skype	14	8.357	30,2	15,3	01:32:28	16,8
eBay	15	8.224	29,7	15,0	00:38:40	88,1

Fonte: Audiweb

Tabella 2.65. *Le prime 10 società sul* web *in termini di* audience *(febbraio 2012)*

Società	Rank	Audience (000)	% utenti attivi	% popolazione	Totale minuti (000)	Tempo per utente	Totale pagine viste (000)	Pagine per utente
Total		**27.695**	**100**	**50,7**	**34.474.666**	**20:44:47**	**66.236.614**	**2.391,6**
Google	1	25.855	93,4	47,3	4.006.584	02:34:58	8.585.069	332,0
Facebook	2	21.549	77,8	39,4	10.465.913	08:05:41	22.257.185	1.032,9
Microsoft	3	20.081	72,5	36,7	1.585.561	01:18:57	1.443.509	71,9
Telecom Italia	4	15.226	55,0	27,9	768.423	00:50:28	1.679.564	110,3
Libero Network	5	14.143	51,1	25,9	964.250	01:08:11	2.153.823	152,3
Yahoo!	6	13.721	49,5	25,1	397.943	00:29:00	854.540	62,3
Wikimedia Foundation	7	13.447	48,6	24,6	175.563	00:13:03	250.621	18,6
Banzai	8	13.343	48,2	24,4	193.508	00:14:30	376.854	28,2
RCS MediaGroup	9	11.074	40,0	20,3	326.217	00:29:28	523.846	47,3
Gruppo Espresso	10	10.846	39,2	19,8	312.379	00:28:48	457.612	42,2

Fonte: Audiweb

Sotto il profilo della valenza informativa della rete, si evidenzia una maggiore attenzione degli editori classici verso le nuove tecnologie digitali e le nuove modalità di fruizione dell'informazione. Al riguardo, nel corso dell'ultimo anno, editori ed emittenti hanno cominciato a proporre nuovi servizi e prodotti, inclusi alcuni specifici per *tablet* e altri dispositivi mobili. Questa maggiore attenzione alle tecnologie digitali da parte degli editori si riflette, come visto, in particolare nel paragrafo precedente, in una crescita in termini di *audience*. Considerando i soli siti di editori che provengono dalle aree tradizionali della comunicazione, si rileva che, nonostante non siano tra i primi siti più visitati, registrano, in generale, un'evoluzione positiva (v. Tabella 2.66).

Tabella 2.66. *I primi 15 siti degli operatori dei media classici (febbraio 2012)*

Sito	Rank	Audience (000)	% utenti attivi	% popola-zione	Tempo per utente	Pagine per utente
La Repubblica	12	9.398	33,9	17,2	00:27:42	38,1
Corriere della Sera	13	8.622	31,1	15,8	00:23:51	36,6
SeatPG Directories Online	21	6.519	23,5	11,9	00:06:10	11,9
TGCOM24	23	6.143	22,2	11,2	00:13:58	25,6
Rai	26	5.210	18,8	9,5	00:10:47	17,7
Quotidiano.net	30	4.726	17,1	8,6	00:05:33	8,6
La Gazzetta dello Sport	35	4.054	14,6	7,4	00:23:04	35,7
Il Sole 24 ORE	36	4.013	14,5	7,3	00:12:48	18,2
La Stampa.it	40	3.760	13,6	6,9	00:11:42	15,5
ANSA	45	3.561	12,9	6,5	00:14:58	22,5
Donna Moderna	46	3.537	12,8	6,5	00:08:00	20,2
SKY.it	47	3.519	12,7	6,4	00:09:15	24,2
VideoMediaset	52	3.210	11,6	5,9	00:12:21	20,2
Mediaset.it	69	2.653	9,6	4,9	00:07:47	15,7
Quotidiani Espresso	82	2.243	8,1	4,1	00:10:37	18,8

Fonte: Audiweb

Il versante pubblicitario

La raccolta pubblicitaria *on line* riguarda tutte le inserzioni diffuse su internet, a prescindere dall'apparecchiatura di navigazione dell'utente (pc fisso, *laptop*, *tablet*, *smartphone*, etc.), dalle modalità (fissa, mobile, nomadica) e dalle altre caratteristiche di navigazione. Si distingue da quella degli altri mezzi per l'idoneità di individuare e raggiungere efficientemente specifici *target* di utenti, per la capacità di tracciare e segmentare il consumatore, e per la possibilità di misurare puntualmente l'efficacia delle inserzioni, con conseguenze dirette sulle modalità di definizione e sull'entità dei prezzi delle stesse. La pubblicità *on line* si contraddistingue inoltre per un investimento minimo di una campagna pubblicitaria, estremamente più basso di quello degli altri mezzi. Ciò consente anche a piccoli inserzionisti di poter definire campagne pubblicitarie, peraltro a carattere nazionale, su un mezzo di comunicazione di massa.

Ciò non toglie che il prezzo medio delle inserzioni sul *web* calcolato in CPM (Costo per Mille Impressioni) sia, almeno per la componente *display*, più elevato di quello degli altri mezzi. Tale risultato deriva dal fatto che, come visto in precedenza, il *web* permette una più precisa targetizzazione del messaggio pubblicitario che raggiunge generalmente un pubblico più mirato; pertanto, il tasso di conversione dal contatto visivo all'acquisto (*click-through-rate*, CTR) e quindi il suo valore unitario, è più elevato su internet che su qualunque altro media.

D'altronde, da un confronto internazionale emergono ulteriori margini di crescita, considerato che il rapporto tra investimenti pubblicitari e numero di pagine viste o utenti attivi è pari in Italia rispettivamente a 1,75 e 38, mentre all'estero assume valori significativamente maggiori (v. Tabella 2.67).

Tabella 2.67. *Rapporto ricavi pubblicitari (ADV)/pagine viste/utenti attivi*

Paese	ADV (miliardi Euro)	Pagine viste (miliardi)	€ ogni 100 pv	Utenti Attivi	€ / Utente attivo
UK	4,7	91,2	5,15	39.543.396	119
Germania	3,6	127,0	2,86	47.801.625	76
Francia	1,8	111,0	1,7	41.096.378	46
Italia	1,0	57,2	1,75	26.247.000	38
Spagna	814,0	51,7	1,57	22.724.468	36

Fonte: Elaborazioni IAB su dati Nielsen e Audiweb

Negli ultimi anni si è assistito al rapido affermarsi di alcune nuove tecnologie di comunicazione che, combinandosi con una riduzione degli investimenti pubblicitari dovuta alla crisi, ha determinato il verificarsi di repentini e significativi cambiamenti nelle modalità di investimento da parte degli inserzionisti. Ne sono derivati problemi nella misurazione dei fenomeni in atto[97], nonché modificazioni di natura strutturale nelle strategie comunicative. Tra questi fenomeni particolare rilievo hanno, nel settore in analisi, quelli precedentemente evidenziati: l'affermazione dei *social network*, la repentina diffusione dei *tablet* (terminali mobili pensati per l'accesso ai contenuti internet) con la conseguente espansione delle *application*, e la proliferazione dei contenuti audio-video.

Si avvertono, di conseguenza, mutamenti nelle strategie di comunicazione commerciale, con la creazione (o almeno il tentativo) di un contatto diretto e continuo tra aziende inserzionisti e consumatori. Si stanno pertanto sperimentando nuove forme di comunicazione attraverso i *social network*, dove più che comprare spazi media si costruisce la consapevolezza della marca (*brand awareness*) tramite discussioni. In tale contesto, l'*audience* non è valutata solo in termini quantitativi, ma in anche di affinità di *target*.

Sotto il profilo commerciale, si ritiene che la quantità e la qualità dei dati detenuti dai *social network* su ciascun utente consentano una comunicazione pubblicitaria assai mirata rispetto a qualsiasi altra tipologia di media, ed anche, in ambito *web*, di sito. Appare inoltre esserci una correlazione positiva tra predisposizione commerciale e utilizzo dei *social network:* il 70% degli utenti di Facebook acquista *on line* (il 12% in più rispetto alla media degli adulti attivi *on line*) e il 53% segue un *brand.* Tutti indicatori della capacità di queste piattaforme nell'orientare i consumi.

Da un punto di vista della segmentazione del mercato della pubblicità *on line*, si possono distinguere diverse forme di pubblicità secondo numerosi criteri, tra cui il formato (da un collegamento testuale a un video), la modalità di selezione degli annunci pubblicitari e di scelta degli utenti cui destinare il messaggio pubblicitario (da una segmentazione tradizionale su base socio-demografica ad annunci basati sulla ricerca o sul comportamento dell'utente), le modalità di calcolo del corrispettivo per l'utilizzo degli spazi pubblicitari (ossia il modello di prezzo, che può essere per "impressione", "per *click*" o "per *action*") e il tipo di apparecchio su cui appaiono gli annunci (fisso, mobile).

97 Tra i quali si evidenzia quello delle *audience*; infatti, con un pubblico molto frammentato, è difficile applicare il meccanismo classico del campione incrociato con la rilevazione censuaria, come si evince dalle criticità emerse di recente per la rilevazione dell'*audience* televisiva e di quella radiofonica.

Le diverse tipologie di pubblicità *on line* sono in continuo divenire, per cui nessuna classificazione può considerarsi esaustiva. Nel tempo, la pubblicità *on line* ha sviluppato nuove forme di comunicazione pubblicitaria, diventando sempre più elaborata, evolvendosi dalle forme statiche tipiche dei primi anni di diffusione di internet a soluzioni sempre più sensibili al profilo del singolo utente, così come emerge dal suo comportamento di navigazione sul *web* (cd. *behavioral targeting*).

Parallelamente alle forme pubblicitarie si evolvono le modalità di vendita e di intermediazione degli spazi pubblicitari su internet, ed emergono nuove modalità di transazione di fianco ai canali tradizionali di intermediazione ed offerta. Il processo di acquisto e vendita degli spazi pubblicitari si è profondamente trasformato nel passaggio all'*on line* attraverso lo sviluppo di meccanismi automatici di intermediazione pubblicitaria basati sul meccanismo delle aste.

Queste forme di intermediazione e offerta influenzano i rapporti di forza tra i vari operatori. Nello spazio digitale, le organizzazioni che producono le notizie si rivolgono sempre più spesso a reti di affiliazione per vendere i loro annunci e dipendono da aggregatori (come Google) e *social network* (come Facebook) per raggiungere una parte consistente del loro pubblico. Peraltro, diventando il consumo di notizie sempre più mobile, tali organizzazioni devono seguire le regole dei produttori di dispositivi (come Apple) o degli sviluppatori di *software* per fornire loro il contenuto (ogni nuova piattaforma richiede spesso un nuovo programma *software*).

Seppure inizialmente la pubblicità *on-line* è stata venduta in modalità analoga alle modalità tipiche degli altri mezzi, nel tempo si è evoluta verso nuove forme di remunerazione[98]. A livello mondiale, negli ultimi anni, è cresciuta in misura evidente la quota di pubblicità *on-line* venduta a *performance*[99].

Internet pone nuove questioni e nuove criticità[100], così come ripropone, sui nuovi mezzi, questioni già dibattute sugli altri media. Un esempio piuttosto evidente di queste problematicità riguarda i motori di ricerca, che combinano due tipologie di risultati. Il primo tipo, i c.d. risultati "organici", derivanti dall'algoritmo di ricerca, forniscono i collegamenti che il motore di ricerca considera più rilevanti rispetto alla ricerca effettuata, selezionati in base al contenuto della pagina, alle parole chiave, ai collegamenti e ad altri fattori. Gli altri, "sponsorizzati", forniscono i collegamenti per cui il motore di ricerca percepisce un compenso, scelti in base al pagamento dell'inserzionista in aggiunta alla valutazione circa la corrispondenza tra la pubblicità e la ricerca dell'utente. Al riguardo, è stato effettuato un esperimento *on line* sulla "pubblicità informata"[101], misurando cosa accade se si modifica la dicitura "collegamenti sponsorizzati" in "pubblicità" o "annunci a pagamento", che ha mostrato che il numero di *click* con la definizione più esplicita, sono rispettivamente pari al 25% e al 27% in meno. I risultati sono più pronunciati nel caso di siti commerciali e nel caso di utenti più vulnerabili (con poca

98 Il meccanismo di vendita e il prezzo sottostante sono funzione dei risultati dell'inserzione e dipendono da una misura dell'efficacia del messaggio pubblicitario.

99 IAB, "*Internet Advertising Revenue Report*", 2010.

100 Si pensi a titolo di esempio a tutti i problemi connessi alla gestione dei dati sensibili o alle sfide poste dalla pirateria informatica.

101 B. Edelman e D.S. Gilchrist, "Advertising disclosures: Measuring labeling alternatives in internet search engines", *Information Economics and Policy*, 24 (2012) pagg. 75-89. Questo studio estende la letteratura sugli "shrouded attributes" (ad esempio il costo delle cartucce di inchiostro nella scelta della stampante), mostrando come l'informazione può essere difficile da processare per i consumatori anche quando ben visibile e in piena vista.

istruzione e con una scarsa esperienza *on line*). Analoghi fenomeni storicamente hanno condotto le autorità di settore a imporre agli altri media informazioni chiare e comprensibili che evidenzino la pubblicità, quando presente, a garanzia di tutti gli utenti.

Le risorse economiche

Per quanto riguarda le risorse economiche, si può ancora affermare che la pubblicità rappresenta la principale fonte di ricavo per chi opera su internet[102], anche se si sta assistendo a un parziale cambiamento nel modello economico di internet, dove si stanno diffondendo modelli cosiddetti *premium*, ossia di finanziamento attraverso forme di pagamento diretto, in alcuni casi trainate da una parte di contenuti gratuiti. Un'indicazione in questo senso è segnalata anche dall'evoluzione verso un mercato digitale sempre più caratterizzato da *application* e sistemi chiusi piuttosto che dalla navigazione aperta[103].

In Italia, il settore della pubblicità *on-line* ha largamente superato, in valore, il miliardo di euro, rappresentando al momento il secondo mezzo pubblicitario, dopo la televisione. Ciò che lo distingue è però il diverso sentiero evolutivo, che nell'ultimo anno ha registrato una crescita del 30%, tasso inimmaginabile, in questa fase di stagnazione, per tutti gli altri mercati pubblicitari.

Tabella 2.68. *Il valore del mercato della raccolta pubblicitaria* on line

	Ricavi* (mln. euro)		Δ
	2010	2011**	2011/2010 (%)
Pubblicità *on line* nazionale e locale	1.177,29	1.578,4	34,1
Pubblicità *on line* nazionale (escluso classified/directories)	779,84	1.009,3	29,4

* Per la valorizzazione del settore, sono stati utilizzati i dati della Federazione Concessionarie Pubblicità (FCP-AssoInternet) e di IAB, eventualmente integrati sulla base delle informazioni specifiche richieste alle singole società.
** Valori stimati.
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati FCP e aziendali

Una delle caratteristiche principali di internet, accennata in precedenza, è la possibilità di rivolgersi ad un bacino nazionale. L'unica forma di pubblicità che continua a mantenere caratteristiche locali anche sul *web* è la categoria *classified/directories* che, stante la natura del prodotto di provenienza, centrato sulla comunicazione pubblicitaria delle piccole imprese, assume rilevanza a livello locale[104].

102 Pertanto la presente analisi sarà concentrata su tale risorsa.

103 "O*ggi quanto raggiunto attraverso la navigazione (browser) conta per meno di un quarto del tempo speso su internet… e si sta riducendo. La maggior parte del traffico internet riguarda trasferimenti di file peer-to-peer, e-mail, VPNs aziendali, comunicazioni macchina/macchina tramite APIs, telefonate su Skype, World of Warcraft e altri giochi on line, Xbox Live, iTunes, telefonate voice-over- IP, iChat, streaming video. La maggior parte delle recenti applicazioni sulla rete sono chiuse e spesso proprietarie*"; Chris Anderson and Michael Wolff, "The web is dead. Long life the internet", *Wired*, settembre 2010.

104 La stessa società Seat, con riferimento ai propri prodotti *on line*, afferma che tale offerta si rivolge al segmento degli operatori locali facendo leva "[…] *sulla capillare presenza della forza vendita sul territorio per offrire opportunità ad ho per i clienti locali*". Cfr. Seat Pagine Gialle, Bilancio consolidato e d'esercizio 2011, p. 50.

Nell'analisi della raccolta pubblicitaria *on line* quindi, oltre a valorizzare l'intero comparto[105], è bene differenziare l'analisi estrapolando il dato locale ed evidenziando la raccolta pubblicitaria di tipo nazionale. Ciò è reso oltremodo necessario dal fatto che il dato relativo al fatturato *on line* degli operatori di tipo *classified/directories* presenta negli ultimi anni un andamento anomalo. Infatti, nella raccolta pubblicitaria di questo tipo è determinante il dato di Seat Pagine Gialle che ha proceduto, nel bilancio 2010, a riclassificare contabilmente le proprie poste, cambiando i *driver* di assegnazione dei ricavi tra annuaristica cartacea e pubblicità *on line* (*directories*). Considerato il valore del fatturato del gruppo Seat, il nuovo criterio contabile ha determinato di per sé un ingente travaso di risorse dall'annuaristica cartacea alla pubblicità *on line*.

Alla luce di tale fenomeno, ma soprattutto delle caratteristiche locali della pubblicità in tali categorie, si è quindi proceduto, in linea con la metodologia internazionale (IAB), ad analizzare separatamente la componente nazionale del settore dell'*on line*, che presenta caratteristiche di maggiore omogeneità circa il prodotto offerto, nonché di più elevata rilevanza da un punto di vista concorrenziale (e del pluralismo dell'informazione).

Al netto di tale componente, il comparto mostra comunque elevati tassi di incremento, pari a circa il 30% (v. Tabella 2.69). La quota di pubblicità di tipo *display* rimane maggioritaria in Italia (con un'incidenza superiore al 50%), pur registrando tassi di incremento analoghi al *search*.

La differenziazione più rilevante riguarda quella tra gli operatori attivi esclusivamente nel mondo digitale (quali Google, Yahoo!, Microsoft, Facebook) e i soggetti che provengono dagli altri media. I primi rappresentano la categoria più rilevante, raccogliendo oltre il 65% delle risorse nazionali (v. ancora Tabella 2.69), in linea con quanto osservato precedentemente circa i livelli di *audience* dei vari gruppi societari che operano in rete.

Tabella 2.69. *Il mercato della raccolta pubblicitaria* on line *nazionale in Italia: quote di mercato*

	Ricavi (Mln. euro) 2010	2011*	Δ 2011/2010	Incidenza sul totale (2010)	Incidenza sul totale (2011)
Operatori media classici	254,67	327,05	28,4%	32,7%	32,4%
– Operatori editoria elettronica	239,56	294,35	22,9%	30,8%	29,2%
– Operatori SMA	15,10	32,70	116,5%	1,9%	3,2%
Operatori internet	525,17	682,32	29,9%	67,3%	67,6%
Totale	779,84	1.009,3	29,4%	100%	100%
HHI	2.559	2.639			

* Valori stimati.
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati FCP e aziendali

105 Le società che operano come concessionarie e che hanno contribuito alla valorizzazione sono: AdLink hi Media; Arcus; Banzai; Buongiorno; ClassPubblicità; Dada; Ed. Condé Nast; Facebook; Finelco; Google; Hachette Rusconi; Leonardo ADV; Manzoni; Matrix; Mediamond; Microsoft MSN.IT; Publikompass; Publitalia; Rcs; Reed Business; Seat; Sky Pubblicità; Sipra; SPE; Sportnetwork; Tag Advertising; TGADV; Tiscali; WebAds; Websystem Il Sole 24 Ore; Wind Libero Advertising; Yahoo!Italia.

Dall'analisi dell'assetto del settore nazionale della pubblicità *on line* emerge una struttura concentrata, con un valore dell'indice HHI in crescita ed al di sopra della soglia di 2.500 punti[106]. Nonostante l'estrema varietà e polverizzazione di internet, la pubblicità *on line* è quindi connotata da una elevata e strutturale concentrazione. L'esistenza e quindi lo sfruttamento di significative esternalità di rete (si pensi al caso dei *social network* in cui l'utilità di un utente deriva direttamente da quanti altri utenti sono iscritti al *network*); rilevanti risparmi nei costi di transazione dovuti all'aggregazione della domanda e dell'offerta (si pensi al caso dei citati programmi di intermediazione pubblicitaria automatica); vantaggi informativi legati alla profilazione degli utenti (si pensi al caso dei motori di ricerca), nonché economie di scala (per elevati costi fissi e affondati) e varietà (attraverso il *bundle* di numerosi servizi *web*, dalla ricerca alle mappe, fino ad arrivare ai servizi di comunicazione pura - messaggistica, email e telefonate), sono tutti elementi che conducono all'affermarsi di una posizione di potere di mercato.

Peraltro, la rete ha una capacità virale di diffusione, che si traduce in un'incredibile velocità nell'ingresso e nell'affermazione di nuovi siti e servizi, causando, da un lato, una marcata vivacità industriale, dall'altro, l'evoluzione verso un contesto caratterizzato dalla presenza di pochi operatori di grandi dimensioni e una miriade di società di minori dimensioni. Lo scorso decennio è stato caratterizzato dall'affermazione dei motori di ricerca, con la *leadership* prima di Yahoo!, scalzata poi da Google (partito nel 1997 e *leader* di mercato già nel 2004), attualmente il principale operatore in Italia e all'estero.

Come ampiamente rappresentato in questo paragrafo, l'attuale decennio appare indissolubilmente legato all'affermazione dei *social network*. Facebook, nato nel 2004, quattro anni dopo era già il quindicesimo operatore per *audience* in Italia; sei mesi dopo (a gennaio 2009) aveva già scalato nove posizioni, ed era al sesto. Oggi Facebook è il secondo operatore (dopo Google) per utenti unici e, di gran lunga, la società con maggior tempo medio speso per utente. Alcuni studi a livello internazionale, peraltro confermati con l'evidenza nazionale, sottolineano come i *social network* non siano ancora riusciti a tradurre del tutto in termini di ricavi pubblicitari il successo ottenuto sul versante degli utenti[107]. In ogni caso, stante la posizione detenuta nel versante degli utenti, l'affermazione pubblicitaria di un soggetto come Facebook appare essere inevitabile[108].

Nonostante la tendenza alla concentrazione di questo settore, occorre riconoscere il carattere innovativo e volatile del comparto, che negli anni scorsi ha dato prova di apertura a nuovi soggetti, oltre che essere una importante fonte per il pluralismo del-

106 Seguendo le *Merger Guidelines* della Commissione europea e del Dipartimento di Giustizia/Federal Trade Commission statunitensi un mercato con un HHI maggiore di 2.500 punti può definirsi concentrato.

107 Si veda in merito lo studio di comScore, *It's a Social World. Top 10 Need-to-knows about Social Networking and Where it's Headed*, 2011; tra le analisi sulle possibili cause anche: J. Levin e P. Milgrom, "Online Advertising: Heterogeneity and Conflation in Market Design", *American Economic Review: Papers & Proceedings*, 2010.

108 È da rilevare d'altronde che Facebook collocherà, a metà del 2012, le proprie azioni sul mercato azionario a un prezzo compreso tra i 28 e i 35 dollari, per una capitalizzazione di mercato complessiva che sarà compresa tra gli 85 e i 96 miliardi di dollari, la più grande IPO della storia di internet, superando anche l'esordio di Google sul mercato nel 2004.

l'informazione. La progressiva affermazione di nuovi soggetti è probabilmente destinata a scardinare le posizione pregresse. Occorre tuttavia monitorare attentamente l'evoluzione della pubblicità *on line* al fine di evitare il realizzarsi di comportamenti che determinino l'innalzamento di elevate barriere all'ingresso, minando pertanto il corretto ed efficiente funzionamento di tale mercato.

Pur trattandosi di un settore ancora in evoluzione, è indubbia la crescente rilevanza di internet sia sotto il profilo economico-concorrenziale sia sotto il profilo del pluralismo dell'informazione. Come detto, i modelli economici sottostanti i servizi su internet si estendono da quelli completamenti gratuiti, finanziati del tutto o parzialmente attraverso la pubblicità, fino ai servizi completamente a pagamento. La raccolta pubblicitaria rappresenta comunque la maggior risorsa finanziaria, soprattutto dei siti di notizie che più producono effetti sul pluralismo dell'informazione. In questo senso, la pubblicità *on line* assume una rilevanza strategica non solo per gli assetti concorrenziali del *web*, ma anche per la tutela del pluralismo.

2.2.5. La pubblicità

In questo paragrafo, dopo una breve descrizione del funzionamento del settore della pubblicità sui mezzi di comunicazione, l'attenzione viene spostata sull'offerta di pubblicità, sia sui mezzi classici, sia su internet, attraverso l'esame degli operatori presenti nel contesto nazionale, nonché della distribuzione delle risorse economiche nel periodo 2010-2011, articolata per mezzo. Si passa, quindi, all'esame della struttura della domanda da parte degli inserzionisti di pubblicità, corredata dell'articolazione per classi di investimento e per settore merceologico. Infine, si riporta un'analisi economica del settore dei servizi di intermediazione pubblicitaria, attraverso l'analisi degli elementi caratterizzanti l'attività svolta dai centri media e dei soggetti attivi nel territorio nazionale[109].

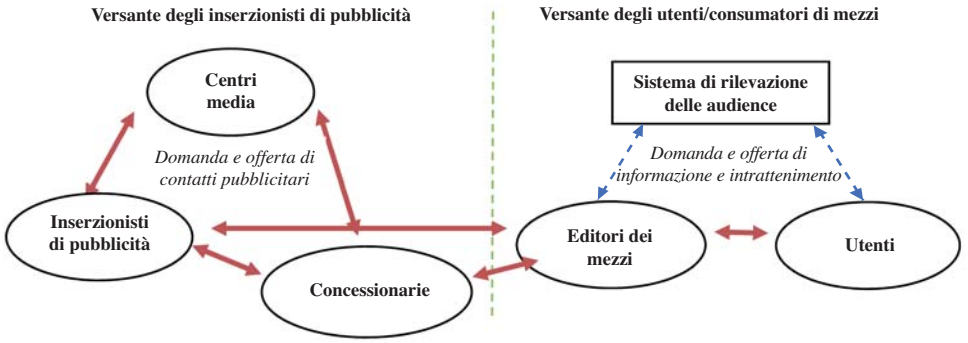
Il funzionamento del settore della pubblicità sui mezzi di comunicazione

Come noto, sotto il profilo industriale, il settore della pubblicità sui mezzi di comunicazione può essere inquadrato nell'ambito della teoria dei mercati a due versanti, secondo cui il mezzo di comunicazione costituisce la piattaforma o elemento di congiunzione che consente all'editore (di quotidiani, periodici, sito *web*, annuari telefonici o categorici), ossia all'emittente televisiva o radiofonica di porre in collegamento due gruppi di utenti di pubblicità, soddisfacendo le rispettive domande (cfr. Figura 2.32). Attraverso i proventi pubblicitari, l'editore finanzia interamente (televisione in chiaro, radio, siti iternet, free press), ovvero parzialmente (televisione a pagamento, editoria quotidiana, editoria periodica) la propria attività offrendo contenuti. La caratteristica

109 Con riferimento al settore della comunicazione pubblicitaria nel suo complesso, considerando, pertanto, sia la pubblicità sui media compreso internet (cd. *above the line*), sia le restanti forme di comunicazione d'impresa che non utilizzano i mezzi di comunicazione (cd. *below the line*) è stata avviata una specifica Indagine conoscitiva ancora in corso dei cui sviluppi procedurali si dà conto nel successivo paragrafo 3.2.

principale dei mercati così configurati è la presenza di effetti indiretti di rete (positivi o negativi) derivanti dal comportamento dei gruppi di utenti posti in collegamento attraverso il mezzo di comunicazione. Se appare evidente l'esternalità positiva sul versante pubblicitario derivante dall'incremento della fruizione del mezzo di comunicazione, più discusso è, invece, l'effetto dell'incremento dell'interruzione pubblicitaria sul consumo del mezzo[110].

Figura 2.32. *Mezzi di comunicazione come sistema a due versanti*



Fonte: Autorità

Dal lato dell'offerta, salvo che per una parte di spazi pubblicitari commercializzati direttamente dell'editore che risulta, tuttavia, marginale, la vendita di spazi pubblicitari sul singolo mezzo avviene per lo più attraverso specifiche strutture commerciali: le concessionarie di pubblicità. Si tratta di società specializzate, spesso di derivazione dello stesso editore in seguito a un processo di esternalizzazione delle attività, alle quali è conferito il mandato di vendita degli spazi pubblicitari sul mezzo di comunicazione.

Gli inserzionisti di pubblicità possono avvalersi del supporto strategico e operativo dei centri media, che svolgono una serie di servizi di intermediazione più o meno articolati sia precedenti (analisi del comparto pubblicitario; definizione, programmazione e pianificazione della campagna) sia successivi (valutazione *ex post* dei risultati conseguiti) alla negoziazione e acquisto di spazi pubblicitari presso le concessionarie.

Come illustrato nella Figura 2.32, l'acquisto di spazi pubblicitari sui diversi mezzi rappresenta, pertato, il frutto di una complessa attività di natura commerciale che si articola in varie fasi, coinvolgendo con diversa intensità i tre principali attori (utenti, editori e inserzionisti) che si avvalgono del supporto e dei servizi resi dal centro media, dalle concessionarie di pubblicità e dalle società di rilevazione.

110 Se per la radiotelevisione appare sussistere una relazione negativa fra incremento delle interruzioni pubblicitarie e consumo del mezzo, per i giornali e periodici il segno sembra essere ambiguo, mentre assume valore positivo per l'annuaristica e alcuni segmenti di internet. Cfr. delibera n. 555/10/CONS del 15 novembre 2010, p. 66 e ss.

L'offerta di pubblicità

In Italia sono attive, dal lato dell'offerta, numerose concessionarie di pubblicità, sia verticalmente integrate con i proprietari dei mezzi di comunicazione, sia indipendenti dai gruppi editoriali. In entrambi i casi, le concessionarie svolgono attività di vendita, per conto degli editori riconducibili alla medesima proprietà, ossia di terzi, a fronte della quale ricevono una remunerazione commisurata al fatturato realizzato (cd. ricavi al netto della retrocessione agli editori). Nella Tabella 2.70 sono riportati i principali gruppi editoriali con l'indicazione delle società di riferimento, presenti nel settore dei *media*, che sono attive nell'offerta di pubblicità direttamente ovvero attraverso le concessionarie di pubblicità appartenenti alla medesima struttura proprietaria.

Tabella 2.70. *Principali gruppi editoriali attivi nell'offerta di pubblicità in Italia*

Gruppo di riferimento	Società di riferimento	Concessionarie di pubblicità
Fininvest	*Mediaset s.p.a.*	Publitalia '80 s.p.a. Digitalia '08 s.r.l. Mediamond s.p.a. (50%)
	Arnoldo Mondadori Editore s.p.a.	Mondadori pubblicità s.p.a. Mediamond s.p.a. (50%)
Rai	*Rai Radiotelevisione Italiana s.p.a.*	Sipra s.p.a.
Seat Pagine Gialle	*Seat Pagine Gialle s.p.a.*	Seat Pagine Gialle s.p.a.
Gruppo Editoriale L'Espresso	*Gruppo Editoriale L'Espresso s.p.a.*	A. Manzoni & C s.p.a.
RCS Mediagroup	*RCS Mediagroup s.p.a.*	RCS Pubblicità s.p.a.
Google	*Google Italy s.r.l.*	Google Italy s.r.l.
News Corporation	*SKY Italia s.r.l.* *Fox International Channel Italy s.r.l.*	Sky Italia s.r.l.
Telecom Italia	*Telecom Italia s.p.a.* *Telecom Italia Media s.p.a.*	Matrix s.p.a. MTV Pubblicità s.r.l.
Confindustria	*Il sole 24 ore s.p.a.*	Il sole 24 ore s.p.a.
Caltagirone	*Caltagirone s.p.a.*	Piemme s.p.a.
Advance Publication	*Condénast*	Condénast Pubblicità
Fiat / Itedi Italiana Edizioni	*Editrice la Stampa s.p.a.* *Publikompass s.p.a.*	Publikompass s.p.a.
Monrif	*Monrif s.p.a.*	Società Pubblicità editoriale s.p.a.
Hearst Commnication	*Hachétte Rusconi s.p.a.*	Hachette Rusconi Pubblicità s.p.a.
Finelco	*Gruppo Finelco s.p.a.*	Gruppo Finelco s.p.a.
Cairo Communication	*Cairo Communication s.p.a.*	Cairo Communication s.p.a. Cairo Pubblicità s.p.a.
Class Editori	*Class Editori s.p.a.*	Class Pubblicità s.p.a. Classpi Class Pubblicità s.p.a.
Microsoft	*Microsoft s.r.l.*	Microsoft Adv

Fonte: Autorità

Prima di analizzare la distribuzione delle risorse economiche per mezzo, si deve osservare come, negli ultimi cinque anni, il settore della comunicazione pubblicitaria sui mezzi sia stato attraversato da numerosi fenomeni che consentono di spiegare il particolare andamento dei ricavi realizzati attraverso i media classici e innovativi (cfr. Tabella 2.71). Il primo, quello più significativo, è rappresentato dal processo di digitalizzazione dell'economia, che ha condizionato il progressivo affermarsi di internet quale strumento di comunicazione favorendo, pertanto, lo sviluppo di forme di valorizzazione e/o di sfruttamento della nuova piattaforma anche per la comunicazione pubblicitaria. Il secondo concerne la parallela crisi di natura strutturale del comparto editoriale che, dapprima ha colpito il settore dell'editoria quotidiana sia gratuita, sia a pagamento e, recentemente, si è estesa anche al comparto dei periodici e a quello degli annuari, come dimostrato dalla drastica riduzione degli introiti pubblicitari realizzati attraverso tali mezzi. Il terzo è rappresentato dalla sfavorevole congiuntura del sistema economico, che ha comportato una contrazione dell'investimento da parte di tutti gli utenti pubblicitari. Questi fattori nel loro insieme hanno trovato riflesso non solo sul valore complessivo degli introiti pubblicitari, ma anche sulla distribuzione dello stesso fra le diverse piattaforme di comunicazione.

Per la prima volta a partire dall'inizio della crisi economica e finanziaria, la televisione ha registrato, nel 2011, una perdita dei ricavi pubblicitari la cui entità (pari a 4,2%) non è stata, tuttavia, idonea a scardinare la forza del mezzo che rimane, in Italia, lo strumento di comunicazione in grado di assorbire la quota maggiore degli investimenti pubblicitari complessivi (pari al 42,4% sul totale). Allo stesso tempo, il confronto con l'andamento dei ricavi pubblicitari realizzati attraverso gli altri mezzi classici conferma una forte capacità di tenuta della televisione anche in momenti di forte discontinuità rispetto al passato, come quello attuale. Alle stesse conclusioni non è possibile pervenire, tuttavia, con riferimento ai prodotti editoriali che, come più volte ribadito, vivono una fase di declino con caratteristiche, sia strutturali, sia cicliche. Fra questi spiccano i periodici che hanno registrato per la prima volta delle perdite in termini di risorse pubblicitarie (del 2,6%), e gli annuari con una raccolta pubblicitaria in drastica discesa (pari a 45%). A questo ultimo riguardo, l'andamento della pubblicità sugli annuari è stato fortemente condizionato dall'evoluzione del fatturato realizzato dal principale operatore presente nel comparto (SEAT Pagine Gialle) e, in particolare, dallo spostamento progressivamente più importante nel tempo dei ricavi di tale operatore dall'annuaristica cartacea alla pubblicità *on line*[111].

111 Negli ultimi tre anni (dal 2008 al 2010), a fronte di una leggera crescita dei ricavi pubblicitari totali di SEAT (circa +1,5% all'anno), il peso degli annuari cartacei si è ridotto sostanzialmente (dall'82% dei ricavi al 58%), mentre la componente *web* è cresciuta prepotentemente, rappresentando oramai oltre il 40% (a fronte del 18% del 2008; si rimanda al paragrafo 2.2.4 per una trattazione della parte pubblicitaria *on line*). Stante il fatto che il contratto tra gli editori di annuari e gli inserzionisti può prevedere la possibilità di molteplici veicoli pubblicitari (annuario cartaceo, internet, ed, alle volte, piattaforma telefonica sia fissa che mobile), la ripartizione dei ricavi tra questi ultimi avviene sulla base di *driver* interni applicati dagli operatori stessi sulla base di stime di consultazione dei diversi mezzi. In questo senso, il registrato andamento dei ricavi annuaristici e di quelli *on line* è anche il frutto di una diversa ripartizione applicata nel tempo dagli operatori. Ad esempio, a pagina 19 del Bilancio 2010 di SEAT Pagine Gialle si legge: "*la crescita di questi due segmenti, insieme ad una nuova contabilizzazione della componente online dei ricavi delle PAGINEBIANCHE®, che tradizionalmente veniva computata tra i ricavi dei prodotti cartacei, hanno permesso una sempre maggiore incidenza dei ricavi online che ad oggi rappresentano circa il 41% dei ricavi complessivi*.

Per quanto riguarda il cinema, dopo i risultati positivi osservati l'anno precedente, nel 2011 si rileva un ulteriore declino dei ricavi pubblicitari, probabilmente dovuto all'esaurirsi degli effetti positivi derivanti da alcune recenti innovazioni che hanno riguardato il settore nel suo complesso[112]. Infine, per la radio, la perdita di fatturato pubblicitario registrata nel 2011 (del 6,6%) potrebbe essere correlata, da un lato, all'effetto traino (in questo caso negativo) della discesa dei fatturati pubblicitari televisivi, considerato il rapporto di complementarità esistente fra i due mezzi[113]; dall'altro, alla rilevata assenza di un sistema di rilevazione degli ascolti radiofonici potenzialmente idoneo a generare delle notevoli ripercussioni sulla capacità del mezzo di attrarre risorse pubblicitarie, stante l'importanza per i diversi attori (centri media, inserzionisti e concessionarie/editori) della disponibilità di dati di ascolto certi ed affidabili al fine di pianificare le proprie campagne pubblicitarie.

Del tutto opposto è, invece, il sentiero evolutivo di internet, che ha continuato il trend crescente già registrato negli anni precedenti e, nel 2011, è diventato il secondo mezzo in Italia, oltrepassando quotidiani e periodici.

Tabella 2.71. *Ripartizione dei ricavi da pubblicità (nazionale e locale) per mezzo*

	Ricavi (Mln. euro)		Δ	Incidenza
	2010	2011*	2011/2010	sul totale (2011)
Televisione	4.282,36	4.102,70	-4,2%	42,4%
Radio	598,92	559,55	-6,6%	5,8%
Editoria	2.762,68	2.670,07	-3,4%	27,6%
- quotidiana	*1.410,80*	*1.353,06*	*-4,1%*	*14,0%*
- periodica	*1.351,88*	*1.317,01*	*-2,6%*	*13,6%*
Editoria annuaristica	502,81	276,55	-45,0%	2,9%
Cinema	68,10	58,57	-14,0%	0,6%
Pubblicità esterna	481,00	423,28	-12,0%	4,4%
Internet	1.177,29	1.578,40	34,1%	16,3%
Totale	9.873,16	9.669,12	-2,1%	100,0%

* Valori stimati.
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali

La domanda di pubblicità

Nonostante la crisi economica e strutturale del comparto della pubblicità che si è riflessa, come rilevato in precedenza, sulla distribuzione delle risorse economiche, nel

112 Nel 2010 si è assistito ad una inaspettata evoluzione del settore cinematografico trainata da alcuni processi di innovazione – fra cui, la ristrutturazione delle sale, l'affermazione dei multiplex, l'introduzione del prodotto (3D) – che hanno determinato la crescita, sia del fatturato nel suo complesso, sia dei ricavi pubblicitari.

113 Infatti, di regola la radio non rappresenta il mezzo principale di una campagna pubblicitaria. Più spesso la messa in onda di spot sul mezzo radiofonico viene pianificata come estensione di una campagna televisiva, di regola per accrescere la copertura del *target* giovanile che in televisione è tradizionalmente sottorappresentato.

2011 è stato confermato il *trend* crescente del numero dei maggiori inserzionisti di pubblicità (+1,3%) già evidenziato lo scorso anno, complessivamente superiori a 20.000 imprese che si riducono, tuttavia, a 16.149 soggetti se consideriamo esclusivamente gli inserzionisti nazionali; escludendo, pertanto, le imprese che intendono diffondere i propri messaggi pubblicitari in ambiti più ristretti corrispondenti a quello locale (comunale, provinciale, regionale)[114]. Occorre, tuttavia, evidenziare che tali dati si riferiscono a una parte della domanda di pubblicità corrispondente ai maggiori investitori in forme di comunicazione pubblicitaria "classica". Dall'analisi delle principali fonti di riferimento per il settore, emerge come, nel medesimo anno, le imprese che hanno effettuato investimenti pubblicitari nel nostro Paese siano state di gran lunga superiori ai 20.000 soggetti (addirittura superiore al milione di unità) ove si ricomprendano nel novero tutte le forme di comunicazione d'impresa, quindi sia la pubblicità veicolata attraverso i mezzi di comunicazione (cd. *above the line*), sia per differenza le restanti attività pubblicitaria che non si avvalgono dei suddetti mezzi (cd. attività di *marketing* di comunicazione o *below the line*)[115].

Stante l'approfondimento condotto nei precedenti paragrafi, dedicato in modo particolare all'analisi economica dei mezzi di comunicazione sia classici, sia innovativi più rilevanti ai fini del pluralismo informativo, in questo paragrafo, in continuità con quanto fatto lo scorso anno, si considerano esclusivamente le forme di pubblicità classica o *above the line*.

Con questa prospettiva, anche la dinamica della numerosità dei maggiori inserzionisti nel biennio 2010–2011 (cfr. Tabella 2.72) ha confermato, pertanto, i fenomeni evidenziati attraverso l'esame della distribuzione dei ricavi pubblicitari fra i mezzi: l criticità dei settori editoriali (periodici, quotidiani e annuari), così come quelle della radio e del cinema, a fronte della sostanziale tenuta della televisione, e della crescita sostenuta di internet. Per la pubblicità esterna si è registrata, in controtendenza con i ricavi pubblicitari, una crescita piuttosto importante del numero degli investitori.

Tabella 2.72. *Maggiori inserzionisti di pubblicità (pubblicità nazionale e locale) distribuiti per mezzi classici e internet (*display*)*

	Numero inserzionisti		Δ
	2010	**2011**	**2011/2010**
Televisione	1.603	1.621	1,1%
Radio	1.107	1.086	-1,9%
Editoria quotidiana (a pagamento)	7.066	7.017	-0,7%
Editoria periodica	10.724	10.713	-0,1%
Pubblicità esterna	1.356	1.488	9,7%
Cinema	331	295	-10,9%
Internet (display)	3.600	3.762	4,5%
Totale*	20.193	20.451	1,3%

* Il valore complessivo degli inserzionisti pubblicitari compresi gli investitori della editoria quotidiana *free press.*
Fonte: Nielsen, Watch Insights, marzo 2012.

114 Cfr. UPA, *Pubblicità in Cifre*, 2011.

115 Cfr. Si veda ad esempio l'indagine B2B ICT Business Gfk Eurisko, dalla quale emerge come in Italia le aziende che investono in comunicazione siano il 25% delle aziende italiane (complessivamente pari a circa 4.500.000), e quindi pari a circa 1.120.000 imprese investitrici.

Passando all'analisi della distribuzione delle imprese che hanno investito in pubblicità per categoria merceologica (cfr. 3.2.1.1), si sottolineano alcuni tratti caratteristici della domanda nazionale oramai consolidati nel tempo.

Il primo, è rappresentato dalla presenza di un livello di concentrazione della domanda di pubblicità nel nostro Paese molto elevato: le prime due categorie di spesa pubblicitaria rappresentano più di 1/4 degli investimenti complessivi, mentre le prime 6 contano oltre il 50%.

Il secondo concerne, invece, la peculiare articolazione merceologica dei maggiori investitori pubblicitari in Italia, anch'essa sostanzialmente invariata. Nel 2011, si conferma, infatti, la medesima graduatoria dei primi 5 settori economici in termini di spesa pubblicitaria rilevata l'anno precedente, mentre lievi variazioni si registrano con riferimento alle prime 10 classi merceologiche (si segnala l'ascesa al nono posto del settore farmaceutico /sanitario).

L'elemento che emerge con maggiore forza dai dati riportati nella Tabella 2.73 concerne, infine, l'impatto della crisi economica, e conseguente contrazione della spesa in pubblicità, sulle diverse categorie merceologiche di investitori. I dati di investimento pubblicitario rivelano come le difficoltà incontrate dal sistema paese nel suo complesso si siano oramai estese a tutto il tessuto economico, indipendentemente dal settore merceologico di appartenenza. In tale senso, appare significativo come, da un lato, la maggior parte dei settori economici sotto rappresentanti abbiano registrato delle rilevanti contrazioni dell'investimento pubblicitario; dall'altro, per le categorie merceologiche con una variazione positiva in spesa pubblicitaria, la crescita sia avvenuta a tassi decisamente più contenuti rispetto ai valori registrati nel 2010.

Tabella 2.73. *Investimenti pubblicitari (pubblicità nazionale) per mezzi classici e internet (*display*)*

	Investimenti pubblicitari (Mln. euro)		Δ 2011/2010	Incidenza sul totale (2011)
	2010	2011		
Alimentari	1.095,95	972,15	-11,3%	14,1%
Automobili	841,66	840,41	-0,1%	12,2%
Telecomunicazioni	703,40	630,09	-10,4%	9,2%
Abbigliamento	463,05	458,62	-1,0%	6,7%
Bevande/Alcolici	417,51	364,36	-12,7%	5,3%
Cura persona	330,07	343,70	4,1%	5,0%
Media/Editoria	358,14	342,66	-4,3%	5,0%
Toiletries	346,21	309,15	-10,7%	4,5%
Distribuzione	309,56	294,45	-4,9%	4,3%
Farmaceutici/Sanitari	275,08	284,48	3,6%	4,1%
Finanza/Assicurazioni	312,59	281,71	-9,9%	4,1%
Abitazione	275,16	256,76	-6,7%	3,7%
Gestione casa	273,20	244,16	-10,6%	3,6%
Tempo Libero	166,79	183,04	9,7%	2,7%
Industria/Edilizia/Attività	149,98	169,97	13,3%	2,5%
Oggetti Personali	144,25	155,02	7,5%	2,3%
Servizi Professionali	143,49	145,96	1,7%	2,1%
Turismo/Viaggi	151,91	140,14	-7,7%	2,0%
Giochi/Articoli Scolastici	100,69	102,09	1,4%	1,5%
Elettrodomestici	141,37	91,03	-35,6%	1,3%
Enti/Istituzioni	113,74	85,82	-24,5%	1,2%
Informatica/Fotografia	50,91	62,65	23,1%	0,9%
Moto/Veicoli	61,16	55,54	-9,2%	0,8%
Varie (*)	34,40	56,98	65,6%	0,8%
Totale	7.260,26	6.871,35	-5,4%	100,0%

* Il dato di investimento pubblicitario riportato nel 2010 è stato ricalcolato per renderlo omogeno con il valore disponibile nel 2011, escludendo pertanto le voci "pubblicità locale", "rubricata", "di servizio".

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati UPA, Pubblicità in cifre, 2011

Mettendo in relazione la distribuzione degli investitori nazionali per classi di investimento per mezzo (cfr. Tabella 2.74) emerge chiaramente la capacità dei diversi mezzi di comunicazione di attrarre inserzionisti aventi caratteristiche dimensionali assai differenziate. Nella televisione investono pochi (circa 1.500) e grandi clienti nazionali; la radio presenta un profilo simile anche se leggermente spostato verso i clienti con un budget pubblicitario minore; mentre quotidiani e periodici attraggono una gran quantità di piccoli inserzionisti (oltre 6.000 per i quotidiani, e oltre 10.000 per i periodici). Anche internet presenta un elevato numero di investitori di tutte le dimensioni, se si pensa che sono oltre 3.000 (numero superiore a tutti gli altri mezzi tranne quelli della carta stampata) quelli che investono nel solo *display*, senza contare quindi le aziende che acquistano spazi nel *search*. Nel cinema (291) e nelle affissioni (oltre 1.300) il numero di inserzionisti è assai basso; nel primo caso, ciò è dovuto alle limitate dimensioni del mercato (il cinema è di gran lunga il mezzo pubblicitario meno utilizzato), nel secondo alla maggior presenza di investitori locali rispetto a quelli nazionali (i dati riportati in tabella si riferiscono infatti ai soli investitori nazionali).

Tabella 2.74. *Ripartizione degli investitori nazionali per classi di investimento per mezzo (2011)*

	Totale	Televisione		Radio		Quotidiani		Periodici		Affissione		Cinema		Internet	
	n. aziende	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%	n.	%
1° quintile (20%)	13	13	25,5	13	17,6	13	7,6	13	6,3	12	8,4	12	15,1	13	11,6
2° quintile (20%)	35	34	23,4	28	23,4	30	12,4	32	4,5	27	23,0	25	22,5	34	24,5
3° quintile (20%)	92	88	23,9	65	13,9	80	15,1	77	11,6	47	10,3	42	20,3	80	14,3
4° quintile (20%)	324	283	19,0	160	24,2	229	19,8	276	21,1	94	17,9	81	23,2	244	25,2
5° quintile (20%)	16.149	1.122	8,2	817	21,0	6.281	45,1	9.862	56,6	1.209	40,4	131	18,9	2.636	24,4
Totale	**16.613**	**1.540**	**100**	**1.083**	**100**	**6.633**	**100**	**10.260**	**100**	**1.389**	**100**	**291**	**100**	**3.007**	**100**

* A differenza di quanto indicato nella tabella 2.72 in questa si riporta la ripartizione sia del numero, sia della spesa pubblicitaria delle imprese che effettuano investimenti su base nazionale, escludendo pertanto coloro che investono a livello locale.
Fonte: UPA, Pubblicità in Cifre, cit.

La differenziazione della domanda in funzione del mezzo emerge con forza anche dall'analisi dei settori di appartenenza degli investitori pubblicitari (v. seconda parte del par. 3.2.1.1).

Le imprese di grandi dimensioni, che producono una elevata quantità e varietà di prodotti tendono a privilegiare mezzi caratterizzati da una significativa penetrazione fra le famiglie; lo stesso si può riscontrare per i settori del largo consumo che si rivolgono a mezzi in grado di raggiungere un pubblico vasto e indifferenziato. La televisione viene utilizzata, infatti, da imprese in media di grandi dimensioni (oltre il 40% sul totale inserzionisti che investe nel mezzo), attive prevalentemente in beni di largo consumo (alimentari, cura della persona, *toiletterie*, bevande, prodotti farmaceutici e sanitari, gestione casa) a cui si aggiunge una quota importante di aziende del settore automobilistico (12,7%) e delle telecomunicazioni (11,5%). I periodici, stante la specializzazione dal lato editoriale di molti *magazine*, rappresentano il mezzo privilegiato per la programmazione pubblicitaria del settore dell'abbigliamento e degli accessori (28,3%). Fra gli operatori che investono prevalentemente nel media si riscontrano anche soggetti dei comparti della cura della persona (11,7%), della casa (8,3%) e oggetti personali (6,4%) per i quali la pubblicità su prodotti editoriali con *target* specifico assume particolare rilievo. La pubblicità sui quotidiani rappresenta uno strumento di comunicazione più spesso utilizzato da inserzionisti appartenenti ai settori abbigliamento (12,2%), automobilistico (10,6%) e distribuzione (9,1%), nonché al comparto dei servizi (complessivamente di circa il 22,8%, di cui il 7,8% finanza e assicurazioni, il 7,8% servizi professionali, il 2,9% enti/istituzioni, il 4,3% telecomunicazioni). Radio, affissioni e cinema presentano un'articolazione della domanda piuttosto simile a quella della televisione (beni di largo consumo: alimentare, automobilistico, bevande, alcolici) ma rilevano anche telecomunicazioni e distribuzione, sebbene la dimensione media per accedere a tali mezzi sia sensibilmente inferiore.

Tabella 2.75. *Ripartizione investimenti pubblicitari nazionali mezzi classici e internet (*display*), valori percentuali (2011)*

		Per mezzo sul settore economico in % sul totale del settore								Per settore economico sul mezzo in % sul totale del mezzo							
	Incidenza su totale	Totale Mezzi	Televisione	Radio	Editoria Quotidiana	Editoria periodica	Pubblicità Esterna	Cinema	Internet Display	Totale mezzi	Televisione	Radio	Editoria Quotidiana	Editoria periodica	Pubblicità Esterna	Cinema	Internet Display
Alimentari	14,1	100	88,3	2,5	2,3	4,9	0,5	0,5	1,0	14,1	19,5	6,1	3,1	6,0	4,3	10,4	2,5
Automobili	12,2	100	66,6	12,6	9,0	3,7	2,2	1,2	4,6	12,2	12,7	26,3	10,6	3,9	15,6	22,4	9,8
Telecomunicazioni	9,2	100	80,2	5,2	4,9	1,6	1,5	0,5	6,0	9,2	11,5	8,2	4,3	1,3	7,8	7,2	9,5
Abbigliamento	6,7	100	23,5	1,4	19,1	49,2	3,9	0,9	2,1	6,7	2,4	1,6	12,2	28,3	15,1	8,5	2,5
Bevande/alcolici	5,3	100	79,3	5,8	6,0	4,6	1,0	1,2	2,2	5,3	6,6	5,2	3,0	2,1	3,0	9,2	2,0
Cura persona	5,0	100	62,3	2,7	3,9	27,1	1,6	0,1	2,3	5,0	4,9	2,3	1,9	11,7	4,7	0,6	2,0
Media/editoria	5,0	100	55,7	11,7	12,2	5,0	2,2	0,7	12,4	5,0	4,3	10,0	5,6	2,2	6,3	5,4	10,7
Toiletries	4,5	100	86,4	0,8	1,4	9,4	0,3	0,4	1,3	4,5	6,1	0,6	0,6	3,6	0,8	2,8	1,0
Distribuzione	4,3	100	48,1	10,7	22,1	6,1	3,5	0,3	9,1	4,3	3,2	7,8	9,1	2,3	8,7	1,7	6,8
Farmaceutici/Sanitari	4,1	100	78,7	4,6	4,5	9,9	0,1	0,5	1,5	4,1	5,1	3,3	1,8	3,5	0,2	3,3	1,1
Finanza/Assicurazioni	4,1	100	47,0	7,6	19,7	5,1	2,0	0,5	18,1	4,1	3,0	5,3	7,8	1,8	4,8	2,8	12,8
Abitazione	3,7	100	45,6	3,6	21,5	25,7	1,8	0,2	1,7	3,7	2,7	2,3	7,7	8,3	4,0	0,8	1,1
Gestione casa	3,6	100	87,7	3,4	2,0	5,0	0,4	0,0	1,4	3,6	4,9	2,1	0,7	1,5	0,8	0,1	0,9
Tempo Libero	2,7	100	62,7	6,7	7,5	8,3	3,3	0,3	11,2	2,7	2,6	3,0	1,9	1,9	5,2	1,2	5,2
Industria/edilizia/attività	2,5	100	59,3	4,9	17,2	11,3	1,5	1,3	4,6	2,5	2,3	2,0	4,1	2,4	2,1	4,6	2,0
Oggetti personali	2,3	100	34,6	0,4	26,8	33,1	1,7	1,2	2,2	2,3	1,2	0,2	5,8	6,4	2,3	3,8	0,9
Servizi Professionali	2,1	100	21,6	3,9	38,5	10,6	2,3	0,4	22,6	2,1	0,7	1,4	7,8	1,9	2,9	1,3	8,3
Turismo/Viaggi	2,0	100	33,4	8,8	25,4	17,6	3,0	1,7	10,2	2,0	1,1	3,0	5,0	3,1	3,6	5,0	3,6
Giochi/Articoli scolastici	1,5	100	90,4	1,5	0,9	2,8	0,1	1,7	2,7	1,5	2,1	0,4	0,1	0,4	0,0	3,7	0,7
Elettrodomestici	1,3	100	66,8	3,9	5,2	14,1	1,0	0,3	8,6	1,3	1,4	0,9	0,7	1,6	0,8	0,6	2,0
Enti/Istituzioni	1,2	100	44,8	8,0	24,4	9,1	4,4	0,8	8,6	1,2	0,9	1,7	2,9	1,0	3,3	1,4	1,9
Informatica/Fotografia	0,9	100	34,1	6,8	18,8	16,4	0,5	2,2	21,2	0,9	0,5	1,1	1,6	1,3	0,2	2,9	3,4
Varie	0,8	100	1,0	0,7	7,2	24,6	1,9	0,0	64,7	0,8	0,0	0,1	0,6	1,8	0,9	0,0	9,3
Moto/Veicoli	0,8	100	18,3	37,8	12,4	24,4	4,8	0,1	2,1	0,8	0,2	5,2	1,0	1,7	2,3	0,1	0,3
Totale	100,0									100	100	100	100	100	100	100	100,0

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati UPA, Pubblicità in cifre, cit.

L'intermediazione fra domanda e offerta di pubblicità

Come detto in precedenza, il centro media svolge, nel versante pubblicitario, una funzione di collegamento fra gli inserzionisti che utilizzano i *media* per pubblicizzare i propri prodotti e servizi e necessitano, pertanto, di acquistare le inserzioni seguendo una pianificazione spesso articolata su diverse piattaforme, e le concessionarie di pubblicità, che ricevono l'incarico da parte degli editori di collocare sul mercato gli spazi pubblicitari disponibili sui propri mezzi.

In tale senso, sotto il profilo economico, il centro o agenzia media svolge una funzione classica di riduzione dei costi di transazione (costi di ricerca, contatto e negoziazione) propria del ruolo di intermediario nell'ambito di settori caratterizzati da numerosi operatori attivi, sia dal lato della domanda (inserzionisti), sia da quello dell'offerta (concessionarie), che si concretizza attraverso la negoziazione e l'acquisto di spazi pubblicitari in nome (e per conto) del cliente.

Nei confronti dell'inserzionista di pubblicità il centro media svolge una complessa attività di gestione del *budget* pubblicitario del cliente che, come rappresentato nella Figura 2.33, si articola in diverse fasi e consente, o almeno dovrebbe consentire, l'ottimizzazione della spesa pubblicitaria mediante la selezione della strategia di comunicazione più efficace ed efficiente rispetto agli obiettivi di target, di *audience* e di costo per contatto da raggiungere. Il centro media offre, pertanto, un servizio di acquisto di spazi pubblicitari (*buying*) accompagnato da attività accessorie, sia *ex ante* (definizione della strategia media, pianificazione fra i vari mezzi), sia *ex post* (gestione della campagna pubblicitaria, fatturazione, misurazione dell'efficacia, controllo della effettiva realizzazione della campagna).

Sotto il profilo economico, la relazione fra centro media e cliente può essere inquadrata in base alla teoria dell'agenzia (*principal-agent theory*)[116]. Ogniqualvolta l'inserzionista di pubblicità incarica il centro media della negoziazione e acquisto di spazi pubblicitari per proprio conto si instaura, infatti, un rapporto definito principale-agente caratterizzato da interessi contrapposti, rilevanti asimmetrie informative che rendono particolarmente complessa la definizione dei diversi elementi contrattuali e il successivo monitoraggio del comportamento del centro media da parte del cliente. In altri termini, come in qualsiasi altro rapporto d'agenzia, sussiste il rischio che l'interesse personale dell'agente (il centro media) prevalga su quello del principale (l'inserzionista). Tale circostanza rende, pertanto, necessaria la definizione in ambito contrattuale di forme di remunerazione dell'agente volte a produrre incentivi economici adeguati affinché vi sia convergenza (o allineamento) fra gli interessi dei due operatori.

Il centro media svolge, inoltre, un importante ruolo nei confronti delle concessionarie di pubblicità perché opera in qualità di aggregatore dal lato della domanda, consentendo alle concessionarie, attraverso un unico interlocutore, di presentare la propria offerta commerciale a un vasto numero di potenziali acquirenti. Più ampio e ricco è il portafoglio clienti del centro media e maggiore sarà la convenienza per la

116 Per un'analisi della teoria degli incentivi nell'ambito dei problema principale-agente si veda, fra gli altri: Jean-Jacques Laffont, David Martimort, *The Theory of Incentives: The Principal-Agent Model,* Princeton University Press, 2002.

Figura 2.33. *Servizi svolti dai centri media*

Fonte: Autorità

concessionaria a interfacciarsi con tale operatore, specialmente se si tratta di una concessionaria di minore dimensione, generalmente dotata di reti di vendita meno capillari sul territorio nazionale. L'ammontare complessivo dei volumi intermediati dal centro media influisce, inoltre, sulle capacità negoziali del centro media consentendogli di ottenere condizioni di acquisto degli spazi pubblicitari più favorevoli per il cliente.

Dalle considerazioni sopra effettuate discende, pertanto, un'altra caratteristica dei servizi di intermediazione pubblicitaria che si distinguono per la presenza di rilevanti esternalità di rete nella gestione degli investimenti pubblicitari. La capacità negoziale del centro media nei confronti della concessionaria, da cui deriva anche l'abilità nell'attrarre la clientela, è direttamente correlata ai volumi di investimento pubblicitario amministrato. Maggiore è, infatti, il volume degli investimenti pubblicitari complessivamente intermediati, maggiore sarà la capacità del centro media di attrarre nuovi clienti. Ne segue, pertanto, che il centro media avrà interesse e creerà opportuni incentivi per accrescere il numero dei clienti intermediati (e/o la loro spesa pubblicitaria rispetto all'anno precedente), così da favorire la crescita dell'amministrato complessivamente gestito producendo, quindi, un ulteriore incremento del numero di clienti.

Passando all'analisi degli operatori attivi dal lato dell'offerta, si ricorda che, in seguito al percorso di concentrazione industriale intrapreso dapprima a livello internazionale e successivamente nel contesto nazionale, il settore dei servizi di intermediazione pubblicitaria si caratterizza per la presenza accanto ad alcuni gruppi multinazionali (complessivamente 6: Aegis, Havas, Interpublic, WPP, Publicis, Omnicom) di altri centri media indipendenti, di minori dimensioni, attivi esclusivamente in Italia. Fra questi ultimi, il maggiore in termini di fatturato è Media Italia (Gruppo Armando Testa), seguono poi a titolo non esaustivo le seguenti società: Piano! s.r.l., OC&M Media e Communicazione s.r.l., Strategy & Media Group, InMedia to s.r.l., Waycomm s.r.l., Waymedia s.r.l., Fullsix s.p.a.

Tabella 2.76. *Principali centri media attivi in Italia*

Gruppo di riferimento	Società capogruppo in Italia	Centri media
Aegis plc	Aegis Media Italia Spa (100% MMA Technologies LTD Italia)	Aegis Media Italia s.p.a. Carat Italia s.p.a. Carat Luxory s.p.a. (100% Carat Italia) Vizeum s.p.a. Isobar Communication s.r.l. Poster Scope Italia s.r.l.
Havas Sa	MPG Italia s.r.l.	MPG Italia s.r.l. Media contacts s.r.l.
Interpublic Group Sarl	IPG Italia s.r.l.	Universal Mccann s.r.l. Initiative Media Milano s.r.l.
WPP	WPP Marketing Communication (WPPMC) s.r.l. (Vincent Square Holding B.V. Holland)	Mediaedgecia Italy s.r.l. Cia Medianetwork Milano s.r.l. Cia Medianetwork Club s.r.l.
		Maxus s.r.l. Maxus MC2 s.p.a. Media Club s.p.a. Quisma s.r.l. Mediacom Italia s.r.l.
	WPP Holding Italy (WPPHI) s.r.l. (WPP Holdings Holland BV)	Mindshare s.p.a. Mindshare Trevenezie s.r.l. Kinetic s.r.l. Media Insignt s.r.l.
Publicis Groupe	MMS Italy Holding s.r.l.	Startcom Media Vest Group s.r.l. ZenithOmptimedia Group s.r.l.
Omnicom Media Group Inc	Omnicom Media Group s.r.l.	Optimum Media Direction (OMD) s.r.l. PHD s.r.l. Tecnomedia s.r.l.
Armando Testa s.p.a.	–	Media Italia s.p.a. Tailor Media s.r.l.

Fonte: Autorità

Come detto in precedenza, il centro media gestisce relazioni commerciali ed economiche sia con le concessionarie, sia con gli inserzionisti di pubblicità, ricevendo una remunerazione da entrambi gli operatori economici. Il centro media, agendo su mandato del cliente, che può essere conferito con o senza rappresentanza riceve, infatti, una remunerazione per i servizi prestati, generalmente definita attraverso contratti standard le cui caratteristiche (tipologia di corrispettivo, ammontare, etc.) variano in funzione degli specifici accordi commerciali con il singolo cliente. Accanto a questi corrispettivi, i centri media ricevono una remunerazione da parte delle concessionarie di pubblicità (c.d. *overcommission* o premi di fine anno o ancora *media volume discount*) proporzionali ai volumi di fatturato amministrati dal centro media con la singola concessionaria, o meglio agli incrementi di fatturato ai volumi gestiti nell'anno precedente. Generalmente tali corrispettivi, sebbene parzialmente o totalmente restituiti al cliente, sono definiti in modo da incentivare il centro media ad accrescere i fatturati complessivamente amministrati con il singolo operatore.

La misura in cui tale sistema di relazioni triangolari basato sul meccanismo di remunerazione duale sopra descritto, che finisce per allineare gli interessi dei centri media con quelli delle concessionarie di pubblicità, in presenza di evidenti asimmetrie informative che caratterizzano il rapporto fra centro media e gli inserzionisti, risulti idoneo a creare delle distorsioni al normale funzionamento del sistema pubblicitario nel suo complesso è attualmente oggetto di approfondimento nell'ambito di una specifica indagine conoscitiva sul settore della raccolta pubblicitaria[117].

117 Cfr. delibera n. 402/10/CONS, recante "*Avvio di una indagine conoscitiva sul settore della raccolta pubblicitaria*".

2.3. L'evoluzione del quadro normativo

Nel periodo di riferimento si sono registrati i seguenti interventi legislativi nelle materie d'interesse dell'Autorità.

Il quadro normativo nazionale

Delega al recepimento delle direttive europee in materia di comunicazioni elettroniche

Con riferimento all'evoluzione del quadro normativo nazionale nei settori di competenza dell'Autorità, si sottolinea che, nella prima metà del 2012 è stato completato l'iter di recepimento nazionale del nuovo quadro normativo europeo delle comunicazioni elettroniche, adottato nel dicembre 2009 e costituito dal regolamento n. 1211/2009, istitutivo del *Body of european regulators in electronic communications* (BEREC) e del relativo Ufficio di supporto, nonché dalle direttive n. 2009/136/CE e 2009/140/CE, recanti emendamenti al quadro regolamentare del 2002.

Il recepimento del diritto comunitario sopracitato è avvenuto sulla base della delega disposta dalla legge 15 dicembre 2011 n. 217, recante "Disposizioni per l'adempimento di obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia alle Comunità europee – Legge comunitaria 2010" che, all'art. 9, ha delegato il Governo all'attuazione – tra le altre – delle direttive 2009/136/CE e 2009/140/CE, in materia di servizi di comunicazione elettronica.

Con l'adozione dei decreti legislativi n. 69 e 70 del 2012 è stata, pertanto, adottata la normativa nazionale di adeguamento e integrazione delle disposizioni legislative in materia di comunicazioni elettroniche, di protezione dei dati personali e di tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche e di apparecchiature radio e apparecchiature terminali di telecomunicazione, anche mediante modifiche al Codice delle comunicazioni elettroniche, di cui al decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, al Codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, e al decreto legislativo 9 maggio 2001, n. 269.

Numerosi i principi e criteri direttivi ai quali il Governo si è attenuto nell'attuazione della delega. Si segnalano: gestione efficiente, flessibile e coordinata dello spettro radio, senza distorsioni della concorrenza e in linea con i principi di neutralità tecnologica e dei servizi, pur se con possibili limitazioni dettate dalla tutela di altri interessi pubblici; rafforzamento delle prescrizioni a garanzia degli utenti finali, anche con particolare riferimento alla trasparenza dei contratti per la fornitura di servizi di comunicazione elettronica, in tema di prezzi, qualità, tempi e condizioni di offerta dei servizi, anche con l'obiettivo di facilitare la loro confrontabilità da parte dell'utente e l'eventuale cambio di fornitore; ridefinizione del ruolo dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, anche attraverso le opportune modificazioni della legge 14 novembre 1995, n. 481, con riferimento alla disciplina dell'incompatibilità sopravvenuta ovvero della durata dell'incompatibilità successiva alla cessazione dell'incarico di componente e di Presidente dell'Autorità medesima, allineandolo alle previsioni delle altre Autorità europee di regolamentazione; adozione di misure volte a promuovere investimenti efficienti e innovazione nelle infrastrutture di comunicazione elet-

tronica, anche attraverso disposizioni che attribuiscano all'autorità di regolazione la facoltà di disporre la condivisione o la coubicazione delle infrastrutture civili, e previsione che, a tale fine, siano adeguatamente remunerati i rischi degli investimenti sostenuti dalle imprese; previsione di procedure tempestive, non discriminatorie e trasparenti relative alla concessione del diritto di installazione di infrastrutture al fine di promuovere un efficiente livello di concorrenza; revisione delle procedure di analisi dei mercati per i servizi di comunicazione elettronica, nel perseguimento dell'obiettivo di coerenza del quadro regolamentare di settore dell'Unione europea e nel rispetto delle specificità delle condizioni di tali mercati; promozione di un efficiente livello di concorrenza infrastrutturale, al fine di conseguire un'effettiva concorrenza nei servizi al dettaglio.

Frequenze televisive

L'articolo 9, della legge 15 dicembre 2011 n. 217 (al comma 3), oltre a delegare il Governo a recepire il pacchetto Telecom (*supra*) apporta, inoltre, integrazioni all'articolo 15 del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (detto anche "TUSMAR"), di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177. In tale articolo del TUSMAR, infatti, viene introdotto il nuovo comma 6-bis, che prevede che «Fermo restando quanto previsto dall'articolo 8, gli operatori di rete locale che d'intesa tra loro raggiungano una copertura non inferiore all'80 per cento della popolazione nazionale possono diffondere un solo programma di fornitori di servizi di media audiovisivi autorizzati in ambito nazionale ad eccezione di quelli integrati, anche con i soggetti di cui all'articolo 2, comma 1, lettera q). Un ulteriore programma di fornitori di servizi di media audiovisivi nazionali, così come definiti precedentemente, può essere trasmesso dagli stessi operatori locali a condizione che per la stessa capacità trasmissiva non vi sia richiesta da parte dei soggetti che hanno proceduto al volontario rilascio delle frequenze utilizzate in ambito locale, di cui al comma 8 dell'articolo 1 della legge 13 dicembre 2010, n. 220».

Sempre in tema di frequenze, l'art. 3 del decreto-legge 31 marzo 2011, n. 34, convertito in legge 26 maggio 2011, n. 75 attribuisce all'Autorità il compito di definire le modalità e le condizioni economiche in base alle quali i soggetti assegnatari dei diritti d'uso delle frequenze radiotelevisive debbano adempiere all'obbligo di cedere una quota della capacità trasmissiva a essi assegnata, comunque non inferiore a due programmi, a favore dei soggetti legittimamente operanti in ambito locale alla data del 1° gennaio 2011 che non richiedano di essere inseriti nelle graduatorie dei soggetti legittimamente abilitati alla trasmissione radiotelevisiva in ambito locale predisposte dal Ministero dello sviluppo economico; ciò a condizione che detti soggetti procedano al volontario rilascio delle frequenze utilizzate e rinuncino alla qualifica di operatori di rete o che sulla base delle medesime graduatorie non risultino destinatari di diritti d'uso.

Il decreto legge 2 marzo 2012, n.16, convertito con modificazioni in legge 26 aprile 2012, n. 44, all'art. 3-*quinquies* ha annullato il bando di gara ed il relativo disciplinare (di cui alla Gazzetta Ufficiale n. 80 dell'8 luglio 2011), che prevedeva la procedura del *beauty contest* per l'assegnazione dei diritti di uso per frequenze in banda televisiva (cd. dividendo digitale interno), stabilendo che dette frequenze siano assegnate mediante gara pubblica indetta, entro centoventi giorni dall'entrata in vigore del norma, dal Ministero dello sviluppo economico in base alle procedure stabilite dall'Autorità in concerto con la Commissione europea.

Al comma 2 del medesimo articolo, il legislatore ha dato mandato all'Autorità di adottare le necessarie procedure per l'espletamento della gara stabilendo, quali principi e criteri direttivi, che:

a) l'assegnazione delle frequenze avvenga "*sulla base di differenti lotti, mediante procedure di gara aggiudicate all'offerta economica più elevata anche mediante rilanci competitivi, assicurando la separazione verticale fra fornitori di programmi e operatori di rete e l'obbligo degli operatori di rete di consentire l'accesso ai fornitori di programmi, a condizioni eque e non discriminatorie, secondo le priorità e i criteri fissati dall'Autorità per garantire l'accesso dei fornitori di programmi nuovi entranti e per favorire l'innovazione tecnologica*";

b) la composizione di ciascun lotto sia effettuata "*in base al grado di copertura, tenendo conto della possibilità di consentire la realizzazione di reti per macro aree di diffusione, l'uso flessibile della risorsa radioelettrica, l'efficienza spettrale e l'innovazione tecnologica*";

c) la modulazione della durata dei diritti d'uso nell'ambito di ciascun lotto sia tale "*da garantire la tempestiva destinazione delle frequenze agli usi stabiliti dalla Commissione europea in tema di disciplina dello spettro radio anche in relazione a quanto previsto dall'Agenda digitale nazionale e comunitaria*".

Il comma 3 del medesimo articolo, inoltre, assegna all'Autorità e al Ministero dello sviluppo economico il compito di promuovere ogni azione utile a garantire l'effettiva concorrenza e l'innovazione tecnologica nell'utilizzo dello spettro radio e ad assicurarne l'uso efficiente e la valorizzazione economica, in conformità alla politica di gestione stabilita dall'Unione europea e agli obiettivi dell'Agenda digitale nazionale e comunitaria.

Si rinvia, poi, nel comma 6, ad un decreto del Ministro dello sviluppo economico per la definizione dei criteri e delle modalità per l'attribuzione di un indennizzo ai soggetti partecipanti alla suddetta procedura di gara. Ai sensi del comma 7, è infine stabilita la destinazione dei proventi derivanti dall'assegnazione delle frequenze al Fondo speciale per l'innovazione tecnologica.

Accesso all'ingrosso alla rete fissa

L'art. 2 *quater* del decreto legge n. 5/2012, convertito in legge 4 aprile 2012 n. 35, assegna all'Autorità, al fine di garantire la massima concorrenzialità nel mercato delle telecomunicazioni, il compito di individuare, entro centoventi giorni dalla data di entrata in vigore della legge, secondo le procedure previste dalla direttiva 2002/21/CE, le misure idonee a: "a) assicurare l'offerta disaggregata dei prezzi relativi all'accesso all'ingrosso alla rete fissa e ai servizi accessori, in modo che il prezzo del servizio di accesso all'ingrosso alla rete fissa indichi separatamente il costo della prestazione dell'affitto della linea e il costo delle attività accessorie, quali il servizio di attivazione della linea stessa e il servizio di manutenzione correttiva; b) rendere possibile, per gli operatori richiedenti, acquisire tali servizi anche da imprese terze operanti in regime di concorrenza sotto la vigilanza e secondo le modalità indicate dall'Autorità medesima, assicurando, comunque, il mantenimento della sicurezza della rete".

Incroci proprietari tra stampa e televisione

L'art. 3 del decreto-legge 31 marzo 2011, n. 34, convertito in legge 26 maggio 2011, n. 75, ha sostituito il comma 12 dell'articolo 43 del Testo unico dei servizi di media

audiovisivi e radiofonici, di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e successive modificazioni, prorogando al 31 dicembre 2012 il divieto di acquisire partecipazioni in imprese editrici di giornali quotidiani o di partecipare alla costituzione di nuove imprese editrici di giornali quotidiani, con l'eccezione delle imprese editrici di giornali quotidiani diffusi esclusivamente in modalità elettronica, per tutti "i soggetti che esercitano l'attività televisiva in ambito nazionale su qualunque piattaforma che, sulla base dell'ultimo provvedimento di valutazione del valore economico del sistema integrato delle comunicazioni adottato dall'Autorità ai sensi del presente articolo, hanno conseguito ricavi superiori all'8 per cento di detto valore economico".

Sempre in tema di controlli societari, l'art. 2, comma 1, del decreto legge 15 marzo 2012 n. 21 (convertito, con modificazioni, in legge 11 maggio 2012, n. 56) attribuisce al Presidente del Consiglio dei Ministri il compito di individuare le reti e gli impianti, i beni e i rapporti di rilevanza strategica per il settore dell'energia, dei trasporti e delle comunicazioni e un potere di veto avverso qualsiasi delibera, atto o operazione, adottata da una società che detiene uno o più degli attivi individuati con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, che abbia per effetto modifiche della titolarità, del controllo o della disponibilità degli attivi medesimi o il cambiamento della loro destinazione, comprese le delibere dell'assemblea o degli organi di amministrazione aventi ad oggetto la fusione o la scissione della società, il trasferimento all'estero della sede sociale, il trasferimento dell'azienda o di rami di essa.

A mente del comma 9 del medesimo articolo, le disposizioni attuative saranno adottate con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri "sentite le Autorità indipendenti di settore".

Servizi postali

Il decreto legislativo 31 marzo 2011, n. 58 ha recepito la direttiva 2008/6/CE che modifica la direttiva 97/67/CE, per quanto riguarda il pieno completamento del mercato interno dei servizi postali della Comunità. La disciplina relativa alla liberalizzazione del mercato dei servizi postali ha infatti acquistato rilievo per l'attività dell'Autorità a seguito della soppressione dell'Agenzia nazionale di regolamentazione del settore postale e della conseguente attribuzione all'Autorità delle relative funzioni da parte del c.d. "decreto salva Italia" (decreto legge 6 dicembre 2011 n. 201, all. A). Conseguentemente, in attuazione del dettato normativo primario, l'Autorità, con la delibera n. 731/11/CONS, ha istituito la Direzione servizi postali con competenze generali in materia di regolazione e vigilanza del settore.

Agenda digitale

L'art. 47 del decreto legge 9 febbraio 2012 n. 5, convertito in legge 4 aprile 2012 n. 35 indica quale obiettivo prioritario, nel quadro delle indicazioni dell'Agenda digitale europea, quello della modernizzazione dei rapporti tra pubblica amministrazione, cittadini e imprese, assegnando al Governo il compito di perseguire, attraverso azioni coordinate dirette a favorire lo sviluppo di domanda e offerta di servizi digitali innovativi, il potenziamento dell'offerta di connettività a larga banda, l'incentivo a cittadini ed imprese all'utilizzo di servizi digitali e la promozione di capacità industriali adeguate a sostenere lo sviluppo di prodotti e servizi innovativi.

Il comma 2 della medesima disposizione normativa rinvia ad un decreto del Ministro dello sviluppo economico l'istituzione di una cabina di regia per l'attuazione dell'agenda digitale italiana, indicandone quali obiettivi la realizzazione di infrastrutture tecnologiche finalizzate a soddisfare la crescente domanda di servizi digitali; il potenziamento delle applicazioni di amministrazione digitale (*e-government*) per il miglioramento dei servizi ai cittadini e alle imprese; la promozione di architetture di *cloud computing* per le attività e i servizi delle pubbliche amministrazioni; la promozione della domanda di beni e servizi innovativi basati su tecnologie digitali; l'infrastrutturazione per favorire l'accesso alla rete internet in grandi spazi pubblici; l'individuazione di criteri, tempi e relative modalità per effettuare i pagamenti con modalità informatiche.

Organizzazione e funzionamento dell'Autorità

L'art. 23, comma 1, del citato decreto legge 6 dicembre 2011, n. 201, convertito in legge, con modificazioni, dall'art. 1, comma 1, legge 22 dicembre 2011, n. 214, ha ridotto il numero dei componenti del Consiglio dell'Autorità da otto a quattro, escluso il Presidente. Conseguentemente, il numero dei componenti della Commissione per le infrastrutture e le reti è ridotto da quattro a due, e quello dei componenti della Commissione per i servizi e i prodotti della medesima Autorità è ridotto da quattro a due.

Misure di contenimento della finanza pubblica e per la liberalizzazione e lo sviluppo economico

Nel periodo di riferimento, inoltre, sono state emanate molteplici disposizioni volte alla riduzione al contenimento della spesa pubblica, alla liberalizzazione e alla crescita economica, alcune delle quali hanno riguardato in generale tutte le autorità indipendenti e, altre, specificamente, l'Autorità.

Con riferimento alle più rilevanti, può farsi riferimento: al decreto legge 6 luglio 2011, n. 98, recante "Disposizioni urgenti per la stabilizzazione finanziaria"; al decreto legge 13 agosto 2011 n. 138, recante "Ulteriori misure urgenti per la stabilizzazione finanziaria e per lo sviluppo"; al decreto legge 24 gennaio 2012 n. 1, recante "Disposizioni urgenti per la concorrenza, lo sviluppo delle infrastrutture e la competitività".

Il decreto legge 6 luglio 2011, n. 98, convertito in legge 15 luglio 2011, n. 111, oltre a prevedere una pluralità di misure volte al contenimento delle spese delle Pubbliche Amministrazioni, fa espresso riferimento alle Autorità indipendenti e, con particolare riferimento all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, contempla misure volte allo sviluppo economico.

In relazione al primo profilo, relativo al contenimento delle spese, nel prevedere una generale riduzione delle dotazioni degli organismi politico-amministrativi e collegiali, si stabilisce la riduzione, per il 2012, del 20 per cento rispetto all'anno 2011 degli stanziamenti delle autorità indipendenti (art. 5). Inoltre, viene previsto che i rappresentanti del Ministero dell'economia e delle finanze nei collegi di revisione o sindacali, anche per le autorità indipendenti, siano scelti tra gli iscritti in un apposito elenco (art. 10, comma 19).

In relazione al secondo aspetto, relativo alle misure di sviluppo economico, il decreto prevede importanti misure per lo sviluppo nelle comunicazioni elettroniche.

Anzitutto, l'art. 25 introduce misure in materia di razionalizzazione dello spettro radioelettrico. In particolare, la norma in questione, oltre a prevedere una serie di disposizioni (di tipo coattivo, promozionale e giurisdizionale) volte alla liberazione dello spettro frequenziale (comma 1), incarica l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni di disporre le modalità e le condizioni economiche secondo cui i soggetti assegnatari dei diritti d'uso hanno l'obbligo di cedere una quota della capacità trasmissiva ad essi assegnata, comunque non inferiore a due programmi, a favore dei soggetti legittimamente operanti in ambito locale alla data del 1° gennaio 2011 che non richiedano di essere inseriti in apposite graduatorie, a condizione che procedano al volontario rilascio delle frequenze utilizzate e rinuncino alla qualifica di operatori di rete, o che sulla base delle medesime graduatorie non risultino destinatari di diritti d'uso (comma 2, che modifica l'articolo 4, comma 1, del decreto legge 31 marzo 2011, n. 34, convertito, con modificazioni, dalla legge 26 maggio 2011, n. 75).

Infine, l'art. 30 introduce misure di finanziamento della banda larga, ai fini del raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda digitale europea. Da un lato, è prevista la predisposizione di un progetto strategico da parte del Ministero dello sviluppo economico, con il concorso delle imprese e degli enti titolari di reti e impianti di comunicazione elettronica fissa o mobile. In tale ambito, l'Autorità è sentita, da parte del Ministro per lo sviluppo economico, per i profili di competenza, in sede di adozione dei decreti attuativi.

Dall'altro, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni è riconosciuta quale Autorità competente alla definizione del sistema tariffario in modo da incentivare gli investimenti necessari alla realizzazione della infrastruttura nazionale e da assicurare comunque una adeguata remunerazione dei capitali investiti.

Altre misure di contenimento della spesa sono previste dal decreto legge 13 agosto 2011 n. 138, convertito in legge, con modificazioni, dall'art. 1, comma 1, legge 14 settembre 2011, n. 148. In particolare, l'art. 18, che si rivolge anche ai dipendenti e ai componenti di autorità amministrative indipendenti, prevede l'utilizzo dei voli in classe economica per gli spostamenti e le missioni legate a ragioni di servizio all'interno dei Paesi appartenenti al Consiglio d'Europa.

Il decreto legge 24 gennaio 2012 n. 1, convertito in legge, con modificazioni, dall'art. 1, comma 1, legge 24 marzo 2012, n. 27, prevede norme a tutela e promozione della concorrenza nelle amministrazioni pubbliche e disposizioni sui contenuti delle carte di servizio, rilevanti per le autorità indipendenti. In particolare, relativamente al primo profilo, la Presidenza del Consiglio dei Ministri raccoglie le segnalazioni delle autorità indipendenti aventi ad oggetto restrizioni alla concorrenza e impedimenti al corretto funzionamento dei mercati al fine di predisporre le opportune iniziative di coordinamento amministrativo dell'azione dei Ministeri e normative in attuazione degli articoli 41, 117, 120 e 127 della Costituzione (art. 4).

In relazione al secondo aspetto (art. 8), le Autorità indipendenti di regolazione, al fine di tutelare i diritti dei consumatori e degli utenti dei servizi pubblici locali e di garantire la qualità, l'universalità e l'economicità delle relative prestazioni, definiscono gli specifici diritti delle carte di servizio pubblico, anche di natura risarcitoria, che gli utenti possono esigere nei confronti dei gestori del servizio e dell'infrastruttura.

Da ultimo, l'art. 5, comma 7, del decreto legge 16/12 ha sostituito il comma 2 dell'articolo 1 della legge 31 dicembre 2009, n. 196, e successive modificazioni stabilendo che "ai fini della applicazione delle disposizioni in materia di finanza pubblica, per amministrazioni pubbliche si intendono, per l'anno 2011, gli enti e i soggetti indicati a

fini statistici nell'elenco oggetto del comunicato dell'Istituto nazionale di statistica (ISTAT) in data 24 luglio 2010, pubblicato in pari data nella *Gazzetta ufficiale* della Repubblica italiana n. 171, nonché a decorrere dall'anno 2012 gli enti e i soggetti indicati a fini statistici dal predetto Istituto nell'elenco oggetto del comunicato del medesimo Istituto in data 30 settembre 2011, pubblicato in pari data nella *Gazzetta ufficiale* della Repubblica italiana n. 228, le Autorità indipendenti e, comunque, le amministrazioni di cui all'articolo 1, comma 2, del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165, e successive modificazioni".

Procedimento amministrativo

In tema di trasparenza ed efficienza dell'azione amministrativa, merita di essere segnalato l'art. 1 del decreto legge n. 5/2012 (cd. decreto semplificazioni), convertito in legge 4 aprile 2012 n. 35, che ha modificato l'articolo 2 della legge 7 agosto 1990, n. 241, in tema di silenzio amministrativo, introducendo tra l'altro un potere sostitutivo in caso di inerzia al soggetto da individuarsi tra le figure apicali dell'Amministrazione.

Inoltre, l'art. 2 della medesima legge fa carico alle Amministrazioni statali di trasmettere, entro il 31 gennaio di ogni anno, alla Presidenza del Consiglio dei Ministri una relazione sul bilancio complessivo degli oneri amministrativi, a carico di cittadini e imprese, introdotti ed eliminati con gli atti normativi approvati nel corso dell'anno precedente, ivi compresi quelli introdotti con atti di recepimento di direttive dell'Unione europea che determinano livelli di regolazione superiori a quelli minimi richiesti dalle direttive medesime, come valutati nelle relative analisi di impatto della regolamentazione (AIR). Al medesimo articolo, si precisa che per oneri amministrativi "si intendono i costi degli adempimenti cui cittadini ed imprese sono tenuti nei confronti delle pubbliche amministrazioni nell'ambito del procedimento amministrativo, compreso qualunque adempimento comportante raccolta, elaborazione, trasmissione, conservazione e produzione di informazioni e documenti alla pubblica amministrazione".

Infine, a mente dell'art. 2 *ter*, quando gli oneri introdotti sono superiori a quelli eliminati, il Governo adotta, per ciascuna Amministrazione, ai fini del relativo pareggio, uno o più regolamenti, per la riduzione di oneri amministrativi di competenza statale previsti da leggi.

Il quadro normativo comunitario

Sul fronte comunitario non si registrano interventi di rilievo primario. Tuttavia, si ritiene comunque opportuno richiamare alcune delle principali novità intervenute nei settori di interesse dell'Autorità.

Neutralità della rete

Il 19 aprile 2011 la Commissione ha inviato una Comunicazione al Parlamento europeo e al Consiglio rubricata "Apertura e neutralità della rete internet in Europa". In detto provvedimento la Commissione ha sottolineato l'importanza di preservare l'apertura e la neutralità della rete internet, ribadendo l'impegno a raggiungere tale obiettivo e a garantire il mantenimento di una rete robusta e accessibile a tutti. La Com-

missione ritiene che le norme sulla trasparenza, sulla possibilità di cambiare operatore e sulla qualità del servizio, che formano parte integrante del nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche, possano contribuire efficacemente a promuovere la concorrenza nel settore; nel contempo, si sottolinea la necessità di attenderne il recepimento sul piano nazionale prima di valutare l'opportunità di adottare misure supplementari, più vincolanti, in tema di neutralità della rete.

Servizio universale

Nella Comunicazione n. 735 del 23 novembre 2011, con la quale la Commissione europea ha relazionato al Parlamento e al Consiglio sui risultati del terzo riesame periodico del contenuto del servizio universale (conformemente all'articolo 15 della direttiva 2002/22/CE), l'organo di governo comunitario ha concluso che attualmente non vi è bisogno di modificare l'architettura di base e i principi del servizio universale come strumento di prevenzione dell'esclusione sociale. In particolare, ad avviso della Commissione, non sarebbe opportuno allo stato attuale includere nel concetto di servizio universale la telefonia mobile o rendere obbligatoria a livello comunitario una determinata velocità di connessione per la banda larga. Ciò non esclude tuttavia la possibilità per gli Stati membri di includere l'accesso a connessioni in banda larga nella portata degli obblighi nazionali di servizio universale.

Tutela dell'utenza

Il 25 ottobre 2011 è stata adottata la direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori, (che ha modificato le direttive 93/13/CEE e 1999/44/CE e abrogato le direttiva 85/577/CEE e 97/7/CE). Gli Stati membri hanno tempo fino al 13 dicembre 2013 per il recepimento nei rispettivi ordinamenti nazionali. Occorrerà poi verificare l'impatto di tale direttiva nell'ordinamento nazionale di settore.

Frequenze

Il 10 aprile scorso è entrata in vigore la Decisione del Parlamento europeo e del Consiglio n. 243/2012/UE che istituisce un programma pluriennale relativo alla politica in materia di spettro radio per la pianificazione strategica e l'armonizzazione dell'uso dello spettro al fine di garantire il funzionamento del mercato interno per i servizi e le apparecchiature relativi alle comunicazioni elettroniche *wireless*.

Tra le disposizioni di maggior rilievo meritano di essere menzionate: l'art. 6, comma 4, che fa obbligo agli Stati Membri di completare la procedura di autorizzazione per consentire l'uso della banda 800 MHz per i servizi a banda larga *wireless* entro il 1° gennaio 2013, salva la possibilità di proroghe al 31 dicembre 2015 per quei Paesi Membri che abbiano ancora problemi di coordinamento transfrontaliero; l'art. 6, comma 8, che individua le bande frequenziali per le quali gli Stati Membri possono autorizzare il trasferimento o l'affitto dei diritti d'uso dello spettro radio; e l'art. 9, che istituisce un inventario per permettere l'individuazione delle bande di frequenza per le quali l'efficacia degli usi esistenti dello spettro radio potrebbe essere migliorata o che potrebbero essere riassegnate per garantirne un uso più efficiente.

Roaming

Nel periodo di riferimento si segnala la proposta della Commissione europea del 6 luglio 2011 - COM(2011) 402 *final* per l'adozione del nuovo regolamento sul *roaming*.

La proposta della Commissione introduce, innanzitutto, la possibilità per gli utenti di scegliere contratti separati per i servizi di telefonia e per il traffico dati in *roaming* all'interno dell'Unione. La nuova opzione, disponibile a partire dal 2014, consentirebbe ai clienti di individuare un diverso *provider* per il *roaming*, da utilizzare nel momento in cui si esce dal proprio Paese, senza cambiare la sim, né il numero di cellulare.

Gli operatori sarebbero comunque tenuti ad informare i clienti circa il prezzo dei servizi al momento dell'ingresso in un altro Stato membro, rendendo al contempo disponibili procedure più semplici per la disattivazione; allo stesso modo resterebbe in vigore il meccanismo di protezione sulle bollette, limitate a 50 euro, a meno che i clienti non esprimano una diversa richiesta. La proposta autorizzerebbe inoltre gli operatori, anche quelli virtuali, ad utilizzare le reti di altri, aumentando la competizione sui prezzi e favorendo una loro progressiva diminuzione.

Dal momento che i cambiamenti strutturali di cui alla proposta della Commissione richiederanno tempo prima di produrre risparmi significativi per gli utenti, la proposta prevede, entro il 1° luglio 2014 una diminuzione progressiva degli attuali massimali di prezzo al dettaglio per i servizi voce (24 centesimi al minuto) e SMS (10 centesimi) e introduce un nuovo massimale di prezzo al dettaglio per i servizi mobili di dati (50 centesimi al Megabyte per scaricare dati o navigare su Internet quando sono all'estero, fatturati per kilobyte utilizzato).

Il Regolamento, una volta adottato dal Parlamento europeo e dal Consiglio dei ministri dell'Unione, sarà direttamente vincolante.

Gli interventi dell'Autorità

3.1. Le reti e i servizi di comunicazione elettronica

3.1.1. Le analisi dei mercati

Modello BU-LRIC per la determinazione delle tariffe dei servizi d'interconnessione offerti in tecnologia IP

Le delibere di analisi dei mercati dei servizi di raccolta, terminazione e transito e il successivo provvedimento integrativo per la definizione dei prezzi dei servizi d'interconnessione (delibere nn. 179/10/CONS, 180/10/CONS e 229/11/CONS) hanno stabilito che, per gli anni successivi al 2011, i prezzi dei servizi di raccolta e transito distrettuale offerti su rete fissa in modalità IP da Telecom Italia e i prezzi del servizio di terminazione su rete fissa offerto in modalità IP da tutti gli operatori notificati siano definiti sulla base di un apposito modello di costo di tipo *bottom-up* LRIC. Tale modello "BU-LRIC" deve tener conto delle indicazioni contenute nella Raccomandazione 2009/396/CE della Commissione europea del 7 maggio 2009 sulla regolamentazione delle tariffe di terminazione su reti fisse e mobili.

L'Autorità ha dato avvio al procedimento per lo sviluppo del suddetto modello con comunicazione pubblicata sul proprio sito *web* in data 15 dicembre 2011.

In considerazione della complessità del lavoro da svolgere, l'Autorità ha deciso di avvalersi della consulenza di un soggetto di comprovata esperienza internazionale per la predisposizione del modello ed ha affidato l'incarico di consulenza alla società Nera s.r.l.

Poiché Telecom Italia è notificata per la fornitura dei servizi di terminazione, di transito distrettuale (servizi di inoltro) e di raccolta, l'Autorità ha ritenuto opportuno garantire la massima coerenza nell'implementazione dell'obbligo di controllo dei prezzi di tutti i servizi di interconnessione. Pertanto, oltre ai prezzi del servizio di terminazione, il modello sviluppato da Nera definirà anche i prezzi dei servizi di inoltro e transito distrettuale e di raccolta, forniti da Telecom Italia. Il modello, essendo di tipo prospettico, si basa sull'architettura di interconnessione IP che sarà adottata dagli operatori nel prossimo futuro.

Il lavoro di predisposizione del modello ha richiesto un'intensa collaborazione con gli operatori del settore, al fine di raccogliere tutte le informazioni utili al calcolo dei costi sostenuti da un ipotetico operatore efficiente nella fornitura dei servizi d'interconnessione in tecnologia IP. Al fine di acquisire le informazioni necessarie, l'Ufficio competente presso la Direzione Mercati ha inviato diverse richieste d'informazioni agli operatori di rete fissa e, al momento, sta elaborando le informazioni pervenute per renderle coerenti tra loro e con l'impostazione del modello.

Come di consueto, il modello, una volta ultimato, sarà sottoposto a consultazione nazionale e, quindi, comunitaria. Si prevede, pertanto, che si possa giungere all'adozione del provvedimento finale a seguito della pausa estiva.

I mercati dei servizi di terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili

L'Autorità ha concluso il terzo ciclo di analisi dei mercati dei servizi di terminazione vocale su rete mobile con la delibera n. 621/11/CONS, individuando un mercato rile-

vante per ciascuna rete mobile e identificando come operatori aventi un significativo potere di mercato (SMP) i quattro operatori di rete mobile (MNO) presenti in Italia: Telecom Italia, Vodafone, Wind e H3G. L'Autorità ha confermato in capo ai quattro operatori di rete mobile gli obblighi di: *i*) accesso e uso di determinate risorse di rete; *ii*) trasparenza; *iii*) non discriminazione; *iv*) controllo dei prezzi e contabilità dei costi.

Per quanto riguarda l'obbligo di controllo dei prezzi, l'Autorità ha approvato un percorso di riduzione programmata delle tariffe di terminazione (*glide path*) in base al quale, dal 1° luglio 2012, le tariffe di terminazione praticate dagli MNO notificati saranno ridotte gradualmente fino a raggiungere il valore di 0,98 centesimi di euro al minuto a far data dal 1° luglio 2013. Questo valore rappresenta il costo incrementale di lungo periodo associato al servizio di terminazione vocale su rete mobile (c.d. tariffa efficiente) determinato attraverso un modello di costo di tipo *bottom-up* LRIC precedentemente definito dall'Autorità con la delibera n. 60/11/CONS e in linea con quanto indicato dalla Raccomandazione CE sulla regolamentazione delle tariffe di terminazione su reti fisse e mobili.

Con il *glide path* fissato dalla delibera n. 621/11/CONS, l'Autorità ha anticipato di sei mesi il raggiungimento della piena simmetria tariffaria e di diciotto mesi il raggiungimento della tariffa efficiente rispetto al *glide path* precedentemente proposto in consultazione pubblica (delibera n. 254/11/CONS). In questo modo, l'Autorità ha tenuto conto dell'invito della Commissione europea, da un lato, a ridurre quanto prima le tariffe di terminazione e, dall'altro, a garantire agli MNO notificati il tempo necessario per adeguare la programmazione dei loro investimenti al nuovo contesto economico-regolamentare in via di definizione, anche alla luce del processo di transizione tecnologica verso il nuovo standard LTE (*Long Term Evolution*).

I mercati dei servizi di terminazione SMS

I mercati dei servizi di terminazione SMS non rientrano nella lista dei mercati suscettibili di regolamentazione *ex-ante* pubblicata con la Raccomandazione CE nel 2007. Tuttavia l'Autorità, con la delibera n. 472/10/CONS, aveva reputato necessario verificare, in un contesto procedimentale adeguato, quale quello dell'analisi di mercato dei servizi di terminazione vocale, anche l'eventuale opportunità di una regolamentazione *ex-ante* per la terminazione dei servizi di messaggistica (SMS).

L'Autorità con la delibera n. 670/10/CONS ha, dunque, avviato l'analisi del mercato dei servizi di terminazione. Nell'ambito dello stesso procedimento l'Autorità avrebbe dovuto analizzare sia il mercato della terminazione vocale sia quello della terminazione SMS. Tuttavia, mentre l'analisi dei servizi di terminazione vocale si è conclusa con l'adozione della delibera n. 621/11/CONS, l'analisi dei servizi di terminazione SMS è attualmente in fase di svolgimento in quanto, a seguito di un'interlocuzione con i competenti uffici della Commissione europea, è emersa la necessità di un ulteriore approfondimento istruttorio relativo alla possibile sostituibilità, a livello *retail,* dei servizi SMS con i servizi *push e-mail* e con i servizi di *instant messaging*.

Gli Uffici dell'Autorità hanno, pertanto, provveduto a richiedere agli operatori le informazioni necessarie a svolgere l'approfondimento richiesto. Le informazioni ricevute in riscontro a tale richiesta sono attualmente in fase di elaborazione.

Anche il procedimento di analisi del mercato dei servizi SMS, come quello relativo al modello, una volta ultimato, sarà sottoposto a consultazione nazionale e, quindi, comunitaria.

Attività di monitoraggio MVNO

L'attività di monitoraggio delle dinamiche di mercato e concorrenziali che interessano gli operatori mobili virtuali (MVNO) è esplicitamente prevista dalla delibera n. 621/11/CONS, relativa all'analisi di mercato dei servizi di terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili.

Gli MVNO sono operatori che, pur non essendo proprietari di risorse di rete mobile e assegnatari di frequenze radio, possono essere dotati di archi di numerazione propri, quindi di proprie SIM card (*Subscriber Identification Module card*, o moduli di identificazione di abbonato), e possono gestire in proprio le funzioni di commutazione e di trasporto, così come la base dati di registrazione degli utenti mobili (*Home Location Register*, HLR). Questi operatori, oltre ad offrire servizi di telefonia al dettaglio ai clienti finali, sono quindi potenzialmente in grado di fornire i servizi di terminazione all'operatore di origine per le chiamate dirette a proprie numerazioni.

Nella decisione summenzionata l'Autorità ha previsto di esaminare l'evoluzione dell'offerta di servizi di terminazione mobile da parte degli MVNO nell'ambito di una più ampia attività di monitoraggio, che interesserà le dinamiche di mercato e concorrenziali che coinvolgono gli operatori virtuali, al fine di valutare l'opportunità di esercitare le proprie competenze di natura regolamentare o di vigilanza. Ciò al fine di garantire agli MVNO condizioni tecniche ed economiche eque e ragionevoli negli accordi con gli operatori ospitanti, anche con riferimento al servizio di raccolta.

La regolamentazione dei servizi di accesso alle reti di nuova generazione

Con l'approvazione nel mese di gennaio 2012 della delibera n. 1/12/CONS, l'Autorità ha raggiunto un importante traguardo lungo il percorso, intrapreso sin dal 2009, di definizione delle regole da applicare ai servizi di accesso alle reti di nuova generazione (*Next Generation Access Networks* – NGAN).

La delibera n. 1/12/CONS rappresenta, difatti, l'atto finale di un procedimento, avviato dall'Autorità con la delibera n. 498/10/CONS, nell'ambito del quale si sono svolte due consultazioni pubbliche nazionali. La prima riguardava gli orientamenti dell'Autorità circa la regolamentazione dei servizi di accesso alle reti di nuova generazione (delibera n. 1/11/CONS) e la seconda, avviata nel mese di maggio 2011, aveva ad oggetto uno schema di provvedimento che, sulla base degli elementi emersi durante la prima consultazione, stabiliva nel dettaglio gli obblighi regolamentari da imporre a Telecom Italia relativamente ai servizi NGA (delibera n. 301/11/CONS). La proposta di regolamentazione così formulata è stata, come di consueto, notificata alla Commissione europea e all'Autorità garante della concorrenza e del mercato, i cui commenti sono stati ricevuti rispettivamente il 28 giugno ed il 19 luglio 2011.

Il provvedimento finale, che tiene conto dei commenti ricevuti in ambito sia nazionale sia comunitario, delinea un approccio regolamentare inteso ad equilibrare i temi della concorrenza e della promozione degli investimenti nei mercati dell'accesso alla rete fissa. In tal senso, la disciplina dettata dall'Autorità, che risulta in linea con la Raccomandazione NGA della Commissione europea, si pone i seguenti obiettivi: *i*) l'incentivazione degli operatori di ogni dimensione ad arricchire progressivamente le proprie dotazioni infrastrutturali e, quindi, a progredire nella scala degli investimenti (in appli-

cazione del principio della *ladder of investment*); *ii*) il riconoscimento delle differenze nelle condizioni concorrenziali esistenti tra le differenti aree geografiche del Paese; *iii*) la remunerazione del rischio di investimento (mediante un *risk premium*), aspetto che appare ancora più critico nell'attuale contesto di stagnazione sia macroeconomico sia settoriale; *iv*) la promozione delle iniziative di coinvestimento e ripartizione del rischio imprenditoriale fra gli operatori.

La strategia regolamentare seguita dall'Autorità mira a favorire – nel medio periodo – la competizione basata sulle infrastrutture e a garantire – nell'immediato – lo sviluppo di offerte di servizi in fibra da parte di più operatori. In particolare, la delibera n. 1/12/CONS prevede una combinazione di rimedi attivi e passivi volti a garantire il livello più alto possibile di apertura della rete indipendentemente dalle scelte dell'operatore *incumbent* circa la tecnologia e l'architettura di rete (soluzioni punto-punto, punto-multipunto o miste). In virtù di tale disciplina regolamentare, gli operatori che competono con Telecom Italia nel mercato finale hanno la possibilità di scegliere fra diverse soluzioni all'ingrosso a seconda del livello di infrastrutturazione e dei programmi di investimento e sviluppo prescelti.

I servizi di accesso all'ingrosso di tipo passivo (o fisico)

La regolamentazione così definita impone in capo a Telecom Italia la fornitura dei servizi di tipo passivo di accesso alle infrastrutture di posa, alla fibra spenta e al segmento di terminazione, nonché la fornitura del servizio di accesso disaggregato alla rete in fibra di Telecom Italia nella modalità dell'*unbundling* della fibra a livello di centrale locale, laddove ciò risulti tecnicamente possibile ed economicamente sostenibile, alla luce dell'effettivo sviluppo del mercato e delle infrastrutture. Allo stato attuale, infatti, la tecnologia non consente – sempre e comunque – la fornitura di un servizio di *unbundling* della rete in fibra esattamente analogo a quello fornito sulla rete in rame. Questo vale in particolar modo per le reti di tipo punto-multipunto, che risultano sostanzialmente incompatibili con l'*unbundling* almeno fino a quando non saranno consolidate le tecnologie *Wavelength Division Multiplexing* (WDM).

Pertanto, considerata la necessità di preservare la libertà nelle scelte imprenditoriali degli operatori, la delibera ha previsto, in aggiunta agli obblighi sopra menzionati, una nuova modalità di fornitura dell'accesso disaggregato a livello di centrale locale, il c.d. servizio *end to end*. Esso consente agli operatori alternativi di avere accesso alla rete in fibra già allo stato attuale, a prescindere dall'architettura e dalla topologia di rete utilizzata da Telecom Italia. In estrema sintesi, il servizio *end to end* consiste nella fornitura congiunta e coordinata di tutti i servizi passivi necessari a garantire all'operatore alternativo l'offerta di un servizio di connettività a banda ultra larga al cliente finale.

In merito ai prezzi dei servizi passivi, il provvedimento ha stabilito che questi devono essere orientati al costo e determinati in base alla metodologia dei costi incrementali di lungo periodo di tipo *bottom-up* (BU-LRIC), con il riconoscimento di un premio di rischio per le infrastrutture di nuova realizzazione.

I servizi di accesso all'ingrosso di tipo attivo (o virtuale)

La delibera n. 1/12/CONS prevede anche un insieme di rimedi che consistono nella fornitura dei servizi attivi di accesso *bitstream* su rete in fibra, offerti a diversi livelli di

rete, e dei servizi di *unbundling* virtuale (VULA), offerti presso la centrale locale. Il VULA consentirà all'operatore alternativo una maggiore capacità di configurare la qualità dei servizi offerti e, dunque, di introdurre innovazioni in grado di stimolare la competizione nel mercato finale.

I prezzi dei servizi attivi, in analogia con quanto previsto per i servizi passivi, devono essere orientati al costo e determinati sulla base della metodologia dei costi incrementali di lungo periodo di tipo *bottom-up* (BU-LRIC). Il provvedimento, tuttavia, prevede che, limitatamente alle aree che sono o saranno caratterizzate da condizioni di competizione sostenibile, si possa derogare dal principio dell'orientamento al costo per la definizione dei prezzi dei servizi di accesso di tipo attivo, stabilendo i prezzi nel rispetto del principio di non discriminazione.

Le nuove attività istruttorie in corso

Il percorso regolamentare intrapreso con la delibera n. 1/12/CONS non si conclude, tuttavia, con l'imposizione degli obblighi sopra delineati, in quanto, come previsto dalla stessa delibera, l'Autorità sta procedendo *i*) alla definizione dei prezzi dei nuovi servizi di accesso all'ingrosso e all'articolazione geografica dei prezzi del servizio *bitstream* su fibra, *ii*) all'individuazione delle condizioni necessarie per l'imposizione di obblighi simmetrici di accesso alle infrastrutture fisiche di rete e *iii*) alla valutazione dell'impatto regolamentare dell'introduzione di nuove tecniche trasmissive (quale ad esempio il *vectoring*) nello sviluppo delle reti di nuova generazione.

In particolare, con la delibera n. 41/12/CONS del gennaio 2012, l'Autorità ha avviato il procedimento volto alla definizione del modello di costo BU-LRIC per la determinazione dei prezzi dei servizi di accesso su rete NGA. Nell'ambito del medesimo procedimento istruttorio sarà anche calcolato il valore del premio di rischio e saranno individuate le aree in cui sussiste una competizione sostenibile ai fini della definizione dei prezzi dei servizi *bitstream* su fibra.

Il modello di costo, peraltro, stabilirà anche i prezzi dei servizi di accesso all'ingrosso che verranno applicati in caso di realizzazione di reti in architettura *Fibre To The Cabinet* (FTTC). In tale contesto, miglioramenti significativi in termini di velocità potranno essere conseguiti tramite l'implementazione di alcune recenti tecniche trasmissive, quali il *vectoring*, il cui impatto regolamentare è l'oggetto del procedimento avviato con delibera n. 42/12/CONS.

In considerazione del fatto che le reti di nuova generazione, configurandosi come "nuove infrastrutture", possono essere realizzate non solo dall'*incumbent* ma anche da altri operatori, si possono determinare, almeno nel loro tratto terminale, dei veri e propri *bottleneck* ai fini della fornitura dei servizi di connettività a banda larga al cliente finale. In ragione di ciò, e alla luce dei nuovi poteri attribuiti alle Autorità nazionali di regolamentazione in materia di condivisione di infrastrutture di rete dall'art. 12 della direttiva Quadro, così come modificata dalla direttiva 2009/140/CE, l'Autorità ha avviato, con la delibera n. 43/12/CONS, un procedimento finalizzato a valutare la sussistenza delle condizioni per l'imposizione di obblighi simmetrici – ossia non gravanti unicamente sull'operatore detentore di un significativo potere di mercato – di accesso alle infrastrutture fisiche di rete che si configurano come *bottleneck*, la cui duplicazione potrebbe risultare economicamente inefficiente se non fisicamente impraticabile.

Osservatorio sulle iniziative pubbliche di sviluppo di reti di telecomunicazioni a banda larga ed ultralarga in Italia

Per il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda digitale europea, il Governo italiano ha definito due piani nazionali di sviluppo delle reti a banda larga ed ultralarga – il Piano nazionale banda larga e il Progetto strategico Agenda digitale italiana – finalizzati, rispettivamente, al superamento del *digital divide* e allo sviluppo di reti di telecomunicazioni a banda ultralarga. Tali piani rappresentano le iniziative più significative avviate al fine di diffondere la cultura digitale sul territorio italiano convogliando sia risorse economiche interne (nazionali e regionali), sia comunitarie.

Al fine di monitorare lo stato di sviluppo delle reti a banda larga ed ultralarga in Italia, nel gennaio 2012, l'Autorità ha istituito *l'Osservatorio delle reti pubbliche di telecomunicazioni a banda larga ed ultralarga in Italia*, che si propone di fornire un aggiornamento periodico sullo stato di avanzamento delle iniziative pubbliche per la diffusione di tali reti sul territorio nazionale.

L'attività dell'osservatorio prevede sia la raccolta di informazioni funzionali all'attività consultiva e regolamentare dell'Autorità (l'Autorità, infatti, fornisce una propria valutazione sui progetti presentati dalle Regioni che rientrano nella disciplina degli Aiuti di Stato), sia la raccolta di dati di carattere più ampio. In particolare, sono rilevate informazioni – a livello regionale e in alcuni casi provinciale – circa *i)* la tipologia di rete che il piano intende sviluppare (banda larga o banda ultra larga in rete di accesso e/o di trasporto); *ii)* le fonti di finanziamento utilizzate (suddivise in fonti nazionali o europee) e i relativi importi; *iii)* i soggetti attuatori e la proprietà delle infrastrutture realizzate; *iv)* i tempi di realizzazione delle opere; *v)* lo stato di avanzamento dei progetti.

Le verifiche degli indicatori di qualità della rete di accesso di Telecom Italia ai fini dell'applicazione delle variazioni in aumento dei prezzi dei servizi di accesso all'ingrosso per l'anno 2012

L'Autorità, con la delibera n. 578/10/CONS che ha definito il modello a costi incrementali di lungo periodo per la definizione dei prezzi dei servizi di accesso all'ingrosso alla rete fissa in rame di Telecom Italia, ha condizionato l'applicazione delle variazioni in aumento dei prezzi dei servizi per gli anni 2011 e 2012 all'esito di una verifica del soddisfacimento di una serie di condizioni in merito alla qualità e all'ammodernamento della rete di accesso di Telecom Italia.

In particolare, l'art. 5 della delibera n. 578/10/CONS specifica gli indicatori di qualità relativi ai processi di attivazione dei servizi di accesso all'ingrosso e di esercizio e manutenzione della rete da utilizzare ai fini della verifica, ossia: *i*) la percentuale dei rifiuti, sul totale delle richieste degli operatori, motivati da problematiche inerenti alla rete di accesso (i c.d. KO di rete); *ii*) lo stato di avanzamento dei programmi di rinnovamento della rete in rame; *iii*) il numero di guasti segnalati per i quali si è reso necessario un intervento *on field*, rapportato al totale delle linee attive. La stessa delibera stabilisce, inoltre, la metodologia da adottare per il calcolo di tali indicatori e gli obiettivi che essi devono realizzare ai fini dell'applicazione delle variazioni in aumento dei prezzi.

In merito alla valutazione per l'applicazione delle tariffe 2012, la delibera stabilisce che i progetti per i quali l'Autorità deve misurare lo stato di avanzamento sono da

individuarsi fra quelli previsti nel "Piano tecnico per la qualità della rete fissa di accesso" di Telecom Italia. Di conseguenza, nel mese di luglio 2011, l'Autorità ha scelto i progetti da considerare per la definizione del secondo indicatore in base alla loro capacità di apportare miglioramenti significativi alla qualità della rete e al numero di utenze coinvolte dai progetti stessi, dando priorità a quelli in grado di fornire benefici in termini di desaturazione della rete fissa di accesso a livello locale.

In ottemperanza all'art. 5 della delibera n. 578/10/CONS, nel mese di ottobre 2011 Telecom Italia ha presentato all'Autorità una relazione, certificata dalla società di consulenza *Ernst & Young*, concernente la misura e l'andamento degli indicatori di qualità della rete ai fini dell'applicazione delle tariffe previste per l'anno 2012. Tale relazione ha evidenziato che gli obiettivi di qualità indicati dalla delibera, misurati secondo la metodologia di calcolo ivi riportata, sono stati tutti raggiunti.

L'Autorità ha quindi avviato un'attività di verifica volta ad accertare che la metodologia di calcolo, adottata nella relazione certificata per la misura degli indicatori, fosse coerente con quanto previsto dalla delibera n. 578/10/CONS e che i valori assunti dagli indicatori soddisfacessero gli obiettivi imposti dalla delibera stessa.

Tale attività ha avuto riscontro favorevole e si è conclusa con la delibera n. 679/11/CONS del 12 dicembre 2011, con la quale l'Autorità ha dichiarato applicabili le variazioni in aumento dei prezzi dei servizi di accesso all'ingrosso previste per l'anno 2012 dalla delibera n. 578/10/CONS.

3.1.2. La regolamentazione e la vigilanza

3.1.2.1. I servizi di telecomunicazione su rete fissa

Nel periodo da maggio 2011 ad aprile 2012, gli interventi dell'Autorità in tema di telefonia fissa, con riferimento alle attività di regolamentazione e vigilanza nel rispetto dell'attuale quadro normativo, hanno riguardato i seguenti aspetti:

i. verifica della contabilità regolatoria predisposta da Telecom Italia per la rete fissa;

ii. finanziamento del servizio universale e applicabilità del meccanismo di ripartizione del costo netto;

iii. attività di vigilanza sulle offerte *retail* di Telecom Italia;

iv. approvazione dell'offerta di riferimento 2011 e 2012 di Telecom Italia per i servizi di accesso disaggregato all'ingrosso alle reti e sottoreti metalliche ed ai servizi di co-locazione;

v. approvazione dell'offerta di riferimento 2011 e 2012 di Telecom Italia per i servizi trasmissivi a capacità dedicata (circuiti *terminating*, flussi di interconnessione e raccordi interni di centrale) e delle offerte di circuiti diretti *wholesale* e di circuiti parziali;

vi. approvazione delle offerte di riferimento 2011 e 2012 di Telecom Italia per i servizi di raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa;

vii. approvazione delle offerte di riferimento 2011 e 2012 di Telecom Italia per il servizio WLR (*wholesale line rental*);

viii. implementazione delle procedure di portabilità del numero su rete fissa;

ix. attività di vigilanza sui servizi di interconnessione e sui processi di trasferimento delle utenze;

x. monitoraggio e implementazione del Piano nazionale di numerazione.

Verifica della contabilità regolatoria predisposta da Telecom Italia per la rete fissa

L'attività di verifica della contabilità regolatoria dell'operatore di rete fissa notificato, quale avente significativo potere di mercato, è svolta allo scopo di certificare la conformità della rendicontazione contabile prodotta dall'operatore al quadro normativo vigente.

La società Mazars, aggiudicataria della gara a procedura aperta per l'affidamento dell'incarico di verifica dei documenti contabili prodotti da Telecom Italia per gli anni 2008, 2009 e 2010, nel mese di marzo 2012 ha completato le attività di verifica concernenti i documenti contabili dei servizi all'ingrosso e al dettaglio offerti su rete fissa relativi all'esercizio 2010. In particolare, la società Mazars ha verificato la conformità dei documenti contabili di rete fissa relativi all'esercizio 2010, prodotti da Telecom Italia, alla normativa di settore applicabile e al quadro regolamentare vigente, con riferimento alle disposizioni in materia di contabilità dei costi e di separazione contabile adottate agli esiti delle analisi dei mercati (delibere nn. 33/06/CONS, 642/06/CONS, 343/06/CONS, 417/06/CONS, 4/06/CONS, 34/06/CONS, 45/06/CONS).

Il quadro regolamentare di riferimento per l'esercizio contabile 2011 subirà delle modifiche con l'entrata in vigore della delibera n. 678/11/CONS, che definisce il modello contabile in materia di contabilità regolatoria dei mercati dell'accesso di rete fissa, delibera che recepisce in un unico testo le innovazioni in tema di contabilità regolatoria introdotte con i provvedimenti relativi al secondo ciclo di analisi dei mercati (delibere nn. 578/09/CONS, 707/09/CONS, 731/09/CONS, 2/10/CONS, 179/10/CONS, 180/10/CONS e 284/10/CONS).

Per l'esercizio contabile 2010, Telecom Italia ha affiancato alla contabilità regolatoria redatta secondo la normativa vigente, soggetta a revisione, un modello di contabilità regolatoria che recepisce in via sperimentale le disposizioni contenute nelle citate delibere, soggetta ad approvazione da parte dell'Autorità.

A seguito del completamento delle verifiche, l'Autorità ha proceduto alla pubblicazione delle relazioni di conformità redatte dal revisore, ai sensi dell'art. 50, comma 4, del Codice delle comunicazioni elettroniche (D.lgs. 259/2003). Con la delibera n. 193/12/CONS sono state pubblicate le relazioni di conformità del sistema di contabilità dei costi, di separazione contabile e della contabilità regolatoria di Telecom Italia relative all'esercizio 2010.

Finanziamento del servizio universale: applicabilità del meccanismo di ripartizione del costo netto

In data 5 settembre 2011, l'Autorità ha approvato la rinnovazione dei procedimenti relativi all'applicabilità del meccanismo di ripartizione del costo netto del servizio uni-

versale per gli anni 1999, 2000, 2002 e 2003 adottando, rispettivamente, le delibere nn. 106/11/CIR, 107/11/CIR, 108/11/CIR, 109/11/CIR. Tali procedimenti sono stati rinnovati al fine di dare seguito alle sentenze del Consiglio di Stato n. 535/2010 del 5 febbraio 2010, n. 281/2010 del 26 gennaio 2010, n. 644/2010 del 9 febbraio 2010 e n. 243/2010 del 25 gennaio 2010 di accoglimento dei ricorsi proposti dalla società Vodafone avverso le rispettive delibere dell'Autorità nn. 67/05/CIR, 23/01/CIR, 16/04/CIR, 28/07/CIR.

Con le predette delibere di rinnovazione dei procedimenti, l'Autorità ha confermato l'orientamento espresso nell'ambito delle consultazioni pubbliche alla luce dell'indirizzo segnato dal Consiglio di Stato, ossia l'Autorità ha dimostrato come, nell'ambito del contesto "merceologico/geografico" costituito dall'intero territorio nazionale, il grado di sostituibilità riscontrato tra i servizi di telefonia fissa e mobile sia tale da legittimare la partecipazione degli operatori di rete mobile al fondo del servizio universale, in coerenza con la normativa vigente.

L'Autorità garante delle concorrenza e del mercato ha espresso parere pienamente favorevole in merito alle modalità di analisi e alle conseguenti valutazioni effettuate dall'Autorità nell'ambito dei procedimenti di rinnovazione.

Una volta conclusi i procedimenti di rinnovazione delle delibere relative all'applicabilità del meccanismo di ripartizione del costo netto del servizio universale per gli anni 1999, 2000, 2002 e 2003, l'Autorità, con delibera n. 112/11/CIR del 21 settembre 2011, ha disposto l'avvio della consultazione pubblica concernente la proposta di provvedimento recante "Servizio universale: applicabilità del meccanismo di ripartizione e valutazione del costo netto per l'anno 2004"[118].

Con l'adozione della delibera n. 153/11/CIR, in data 12 dicembre 2011, l'Autorità ha concluso il procedimento, ritenendo applicabile il meccanismo di ripartizione del costo netto del servizio universale per l'anno 2004 agli operatori di rete fissa e mobile. L'analisi del livello di concorrenzialità del mercato e del grado di sostituibilità tra servizi di telefonia offerti su rete fissa e mobile sono state svolte adottando la medesima metodologia valutativa utilizzata nelle delibere di rinnovazione dei procedimenti relativi all'applicabilità del meccanismo di ripartizione del costo netto del servizio universale per gli anni 1999, 2000, 2002 e 2003. Nell'ambito di tale procedimento istruttorio, ai sensi delle disposizioni di cui alla delibera n. 1/08/CIR (cfr. punti 48-50 delle premesse), è stato inoltre svolto un approfondimento in merito alla modalità di valutazione dei benefici indiretti. Gli esiti di tale esercizio di valutazione rappresentano il riferimento metodologico per gli esercizi relativi all'anno 2005 e agli anni successivi che, come di consueto, saranno oggetto di verifica da parte del soggetto incaricato della revisione del calcolo del costo netto del servizio universale.

Una volta concluso il procedimento relativo al 2004, con comunicazione del 22 febbraio 2012, l'Autorità ha disposto il riavvio del procedimento "*Servizio universale: analisi ed applicabilità del meccanismo di ripartizione e valutazione dell'eventuale costo netto per l'anno 2005*" finalizzato all'analisi e applicabilità del meccanismo di ripartizione del servizio universale, nonché alla valutazione del costo netto per l'esercizio contabile 2005.

118 Si rammenta che i termini di conclusione di tale procedimento istruttorio erano stati da ultimo sospesi proprio al fine di consentire all'Autorità l'acquisizione degli esiti dei procedimenti di rinnovazione.

Con delibera n. 35/12/CIR, l'Autorità ha sottoposto a consultazione pubblica la relativa proposta di provvedimento. Al riguardo, l'Autorità ha effettuato l'analisi delle condizioni del mercato dei servizi di telefonia vocale analizzando l'andamento delle diverse variabili maggiormente rappresentative della domanda e dell'offerta di servizi di telefonia fissa e mobile, e la dinamica delle rispettive tariffe vigenti sul mercato. Il contesto di riferimento identificato è costituito dall'intero territorio nazionale, in ottemperanza all'indirizzo segnato dal Consiglio di Stato e in continuità con la metodologia di analisi approvata nell'ambito delle delibere nn. 106/11/CIR, 107/11/CIR, 108/11/CIR, 109/11/CIR e 153/11/CIR.

Agli esiti dell'analisi condotta, l'Autorità, riconoscendo l'iniquità dell'onere sostenuto dall'operatore incaricato di fornire il servizio universale ha, di conseguenza, posto a consultazione le risultanze dell'attività di revisione sul costo netto 2005 ed il relativo meccanismo di ripartizione.

Attività di vigilanza sulle offerte retail di Telecom Italia

Nel corso del periodo in esame, l'Autorità ha portato a compimento l'attività di definizione dei modelli applicativi della delibera n. 499/10/CONS, che ha significativamente modificato la metodologia e i meccanismi di valutazione delle offerte di Telecom Italia, disponendo l'adozione di strumenti di verifica più flessibili e adeguati alla mutata configurazione del mercato e dell'offerta di servizi di comunicazione elettronica, sempre più comunemente basata su pacchetti di servizi di accesso e traffico.

Tale attività, che ha richiesto un'intensa e continua interlocuzione con le parti interessate, è culminata con la pubblicazione di un'apposita circolare attuativa, nell'ambito della quale sono stati resi noti alcuni aspetti tecnico-applicativi di dettaglio della delibera n. 499/10/CONS.

Sulla base della normativa richiamata, tutte le nuove offerte e le nuove promozioni commercializzate da Telecom Italia sono state sottoposte ai test di replicabilità, al fine di verificare la presenza dei prescritti margini economici per i *competitor* che utilizzano i servizi di interconnessione, acquistando dall'operatore dominante *input* essenziali nei mercati all'ingrosso.

I dettagli relativi alle offerte di Telecom Italia, la cui commercializzazione è stata approvata, vengono pubblicati sul sito *web* dell'Autorità.

L'attività di verifica ha comportato, in alcune circostanze, lo svolgimento di un lungo e complesso processo di valutazione, nonché di un'articolata interlocuzione con Telecom Italia, in considerazione di possibili criticità inerenti la replicabilità delle condizioni tecniche ed economiche di offerta proposte dall'operatore. In questo ambito, i procedimenti hanno avuto esito positivo, talvolta a valle della rimodulazione delle condizioni economiche operata da Telecom Italia in risposta a specifiche richieste degli uffici dell'Autorità.

Nel corso del periodo, inoltre, è continuata l'attività di monitoraggio a consuntivo dei consumi sviluppati dalla clientela delle offerte con modalità di tariffazione *flat* del traffico telefonico, onde verificare la permanenza delle condizioni di replicabilità delle stesse.

Tale attività di monitoraggio è stata altresì estesa all'analisi dei dati relativi al numero di attivazioni delle diverse offerte al dettaglio, con l'obiettivo di verificarne l'impatto sul mercato e sulle dinamiche competitive.

Sono inoltre proseguite le attività di verifica di alcune offerte di servizi telefonici proposte da Telecom Italia in sede di partecipazione a procedure ad evidenza pubblica per la selezione del fornitore, di importo superiore a 500.000 euro, promosse da clienti privati, ai sensi dell'art. 69 della delibera n. 731/09/CONS.

Con riferimento ai servizi di accesso a internet, l'attività dell'Autorità ha in maniera particolare riguardato l'analisi delle offerte *retail* di Telecom Italia di connettività ADSL, con modalità di tariffazione sia a consumo che di tipo *flat*, e di offerte *bundle* comprendenti, tipicamente, i servizi di accesso ADSL e di traffico telefonico.

Sono state infine sottoposte alle verifiche di replicabilità una serie di nuove proposte commerciali relative a servizi di connettività ADSL rivolte sia alla clientela *consumer* che alla clientela *business*, tra cui si segnalano alcune offerte integrate fisso-mobile comprendenti anche servizi di accesso a larga banda da rete mobile.

Si evidenzia che l'analisi ha riguardato sia le condizioni di offerta praticate da Telecom Italia – sottoposte, come detto, ai previsti test di replicabilità – sia le condizioni praticate dagli operatori alternativi, ricavate dai siti degli operatori stessi, evidenziando una generale tendenza alla riduzione dei prezzi dei servizi di telecomunicazione su rete fissa.

L'abbassamento del livello medio dei prezzi è stato possibile per effetto del rafforzamento e del consolidamento dei meccanismi competitivi nei mercati al dettaglio, con conseguente trasferimento del benessere sociale dai produttori ai consumatori di servizi di telecomunicazione.

Approvazione dell'offerta di riferimento 2011 e 2012 di Telecom Italia per i servizi di accesso disaggregato all'ingrosso alle reti e sottoreti metalliche ed ai servizi di co-locazione

L'Autorità ha svolto la valutazione dell'offerta di riferimento 2011 di Telecom Italia, relativa ai servizi di accesso disaggregato all'ingrosso alle reti e sottoreti metalliche ed ai servizi di co-locazione, ai sensi della delibera n. 731/09/CONS[119]. La delibera in parola è stata adottata dall'Autorità in esito al procedimento di analisi dei mercati d'accesso alla rete fissa e ha stabilito, in particolare, un obbligo di controllo dei prezzi in capo a Telecom Italia basato su un meccanismo di programmazione triennale dei prezzi (*network cap*) per gli anni 2010-2012, con vincoli di *cap* definiti in virtù di un modello a costi incrementali di lungo periodo di tipo *bottom up* (c.d. modello *BU-LRIC*) approvato dall'Autorità con delibera n. 578/10/CONS.

I prezzi dei servizi di co-locazione, nonché dei servizi di accesso disaggregato non compresi nei panieri a *network cap* sono, ai sensi della delibera n. 731/09/CONS, orientati ai costi. L'Autorità, nell'ottica della massima efficienza amministrativa, e al fine di fornire rapidamente agli operatori indicazioni sulla gran parte dei servizi all'ingrosso del mercato in esame (e cioè dei servizi a *network cap*), ha svolto le valutazioni della suddetta offerta di riferimento per l'anno 2011 attraverso due distinti procedimenti: uno per i servizi soggetti a *network cap*, conclusosi con l'adozione della delibera n.

119 Il servizio di *unbundling* del *local loop* consente all'operatore alternativo l'accesso alla rete in rame di Telecom Italia per la copertura dell'ultimo miglio e, quindi, la fornitura dei tradizionali servizi di fonia e dei servizi a banda larga. I servizi di co-locazione consentono all'operatore alternativo di installare i propri apparati presso le centrali locali di Telecom Italia.

89/11/CIR; uno per i servizi soggetti ad orientamento al costo, nonché per i relativi aspetti procedurali e tecnici, conclusosi con l'adozione della delibera n. 148/11/CIR.

In particolare, con la delibera n. 89/11/CIR, adottata in esito alla consultazione pubblica indetta con delibera n. 46/11/CIR, l'Autorità, avendo accertato il rispetto da parte di Telecom Italia dei vincoli di *cap* relativamente definiti dalla delibera n. 578/10/CONS per l'anno 2011, ha approvato i prezzi dei servizi di accesso disaggregato a *network cap* proposti da Telecom Italia per tale anno.

Con la delibera n. 148/11/CIR, adottata in esito alla consultazione pubblica indetta con delibera n. 96/11/CIR, l'Autorità ha invece approvato, con modifiche, le condizioni economiche dei servizi soggetti ad orientamento al costo di cui all'offerta di riferimento in oggetto. Le principali modifiche richieste dall'Autorità a Telecom Italia hanno, in particolare, riguardato le condizioni economiche dei servizi di co-locazione (spazi, alimentazione e condizionamento) i cui prezzi sono stati riformulati in riduzione rispetto a quanto in origine proposto da Telecom Italia per il 2011. L'Autorità è inoltre intervenuta sulle condizioni economiche di alcuni contributi *una tantum* la cui valorizzazione è essenzialmente dipendente dal costo della manodopera (tra i quali il *ripristino della borchia*, la *qualificazione per velocità massima supportata dalla coppia*, nonché altri servizi di co-locazione). L'Autorità ha altresì fornito, nell'ambito della suddetta delibera, alcune disposizioni circa la predisposizione dell'offerta di riferimento per i servizi di accesso disaggregato e di co-locazione relativa all'anno 2012, tra le quali: *i)* l'introduzione di un servizio di climatizzazione con modalità "a consumo" e di tipo "forfetario" con limitatore di potenza; *ii)* la previsione di un aumento della percentuale dei degradi[120] risolti entro i tempi previsti dallo specifico SLA (*Service Level Agreement*); *iii)* l'introduzione di SLA e penali per disservizi/degradi ripetuti.

Nei mesi di gennaio e aprile 2012 sono state avviate, rispettivamente con le delibere n. 159/11/CIR e n. 19/12/CIR, le consultazioni pubbliche, con allegato uno schema di provvedimento, concernenti l'approvazione delle condizioni economiche 2012 dei servizi di accesso disaggregato e di co-locazione soggetti, rispettivamente, a *network cap* ed al costo. La consultazione pubblica di cui alla delibera n. 159/11/CIR si è conclusa nel mese di aprile 2012 con l'adozione della delibera n. 36/12/CIR che approva i prezzi dei servizi di accesso disaggregato a *network cap* proposti da Telecom Italia per l'anno 2012 in applicazione dei vincoli relativamente stabiliti per tale anno dalla delibera n. 578/10/CONS.

Approvazione dell'offerta di riferimento 2011 e 2012 di Telecom Italia per i servizi trasmissivi a capacità dedicata (circuiti terminating, flussi di interconnessione e raccordi interni di centrale) e delle offerte di circuiti diretti wholesale e di circuiti parziali

Con la delibera n. 54/11/CIR, adottata in esito alla consultazione pubblica indetta con delibera n. 8/11/CIR, l'Autorità ha approvato, con modifiche, l'offerta di riferimento di Telecom Italia per l'anno 2011 relativa ai servizi trasmissivi a capacità dedicata di cui al mercato n. 6 della raccomandazione n. 2007/879/CE (circuiti *terminating*, flussi di interconnessione e raccordi interni di centrale), nonché le offerte di riferimento di Telecom Italia,

120 Particolari condizioni di deterioramento della qualità del servizio offerto da Telecom Italia agli operatori interconnessi.

per l'anno 2011, relative ai servizi trasmissivi a capacità dedicata del vecchio quadro regolamentare, ossia i circuiti diretti *wholesale* (CDN) e i circuiti parziali.

In particolare, nell'ambito del suddetto provvedimento, l'Autorità, con riferimento ai circuiti *terminating PDH/SDH* ed *ethernet over SDH*, ha verificato il rispetto degli specifici vincoli di *network cap* disposti dalla delibera n. 2/10/CONS per l'anno 2011. Le principali modifiche richieste dall'Autorità a Telecom Italia, con la suddetta delibera n. 54/11/CIR, hanno riguardato le condizioni economiche dei flussi di interconnessione regionali e locali *PDH/SDH* ed *ethernet over SDH* (soggetti a orientamento al costo) i cui canoni delle relative componenti d'accesso sono stati riformulati al ribasso, sia rispetto a quanto originariamente proposto da Telecom Italia per il 2011 sia rispetto alle corrispondenti condizioni economiche approvate nel 2010. Sono state invece approvate, senza modifiche, le condizioni economiche delle componenti di trasporto dei suddetti flussi di interconnessione, i cui canoni 2011, proposti da Telecom Italia, presentano un *trend* in riduzione rispetto al 2010. Ulteriori modifiche hanno interessato il costo della manodopera, riformulato al ribasso rispetto a quanto proposto da Telecom Italia, e il costo dei c.d. interventi a vuoto. Nell'ambito del citato provvedimento sono stati altresì forniti chiarimenti circa alcuni aspetti procedurali e tecnici concernenti la fornitura dei servizi trasmissivi a capacità dedicata.

L'Autorità ha, inoltre, approvato le condizioni economiche dei CDN *wholesale* e dei circuiti parziali pubblicate da Telecom Italia per l'anno 2011 nelle more del completamento della migrazione da tali servizi, previsti come premesso dal vecchio quadro regolamentare, ai circuiti *terminating*, delineati dal nuovo quadro.

Infine, agli inizi del 2012, sono state avviate le attività relative all'approvazione dell'offerta di riferimento di Telecom Italia per i servizi trasmissivi a capacità dedicata (circuiti *terminating*, flussi di interconnessione e raccordi interni di centrale) per l'anno 2012. Le suddette attività sono culminate, nel mese di febbraio 2012, con l'approvazione della delibera n. 8/12/CIR, con cui è stato posto a consultazione pubblica uno schema di provvedimento di approvazione della suddetta offerta di riferimento.

La consultazione pubblica di cui alla delibera n. 8/12/CIR si è conclusa nel mese di maggio 2012 con l'adozione della delibera n. 51/12/CIR che approva i servizi trasmissivi a capacità dedicata (circuiti *terminating*, flussi di interconnessione e raccordi interni di centrale) per l'anno 2012.

Approvazione delle offerte di riferimento 2011 e 2012 di Telecom Italia per i servizi di raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa

L'Autorità, con la delibera n. 61/11/CIR, ha avviato il procedimento di approvazione, tramite consultazione pubblica, dell'offerta di riferimento 2011 di Telecom Italia per i servizi, offerti agli operatori interconnessi, di raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa (mercati n. 2 e n. 3 della raccomandazione n. 2007/879/CE, e n. 10 della raccomandazione n. 2003/311/CE)[121]. L'Auto-

121 Si tratta dei servizi di interconnessione che consentono all'operatore concorrente di Telecom Italia di richiedere la raccolta, presso un determinato punto di consegna, del traffico telefonico dei propri clienti, o la terminazione, a partire da un punto di consegna, del traffico telefonico dei propri clienti che chiamano clienti di Telecom Italia o di altri operatori. Il servizio di transito consente ad un operatore alternativo di raggiungere i clienti attestati sulla rete di un altro operatore alternativo tramite la rete di Telecom Italia cui entrambi sono interconnessi.

rità ha approvato la suddetta offerta di riferimento, con modifiche, con la pubblicazione della delibera n. 117/11/CIR.

L'approvazione ha riguardato la verifica del rispetto dei prezzi per i servizi di raccolta, terminazione e transito delle chiamate disposti dalla delibera n. 229/11/CONS, la verifica degli obblighi di orientamento al costo per i servizi accessori ed aggiuntivi, nonché la verifica di aspetti procedurali e tecnici inclusi nell'offerta di riferimento.

Le principali modifiche richieste dall'Autorità all'offerta di riferimento per l'anno 2011 proposta da Telecom Italia hanno riguardato la base di costo da utilizzare per la determinazione dei prezzi dei servizi, l'utilizzo del costo orario della manodopera approvato per il 2011 dall'Autorità con la delibera n. 54/11/CIR, la valorizzazione dei contributi per l'utilizzo dei *kit reverse* e della *surcharge* per il servizio di raccolta da telefonia pubblica.

Con delibera n. 7/12/CIR, l'Autorità ha avviato un consultazione pubblica, con allegato uno schema di provvedimento, concernente l'approvazione dell'offerta di riferimento di Telecom Italia per l'anno 2012 relativa ai servizi di raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa, nonché disposizioni sulle condizioni economiche della portabilità del numero su rete fissa.

Le principali modifiche proposte hanno riguardato la rivalutazione delle tariffe per i servizi di raccolta, terminazione e transito distrettuale offerti in tecnologia TDM, valutate dall'Autorità sulla base di un metodo di efficientamento che ha consentito di ridurre i valori inizialmente proposti per il 2012. L'Autorità ha altresì proposto una rivalutazione delle condizioni economiche per i servizi accessori soggetti ad orientamento al costo (kit di interconnessione, *surcharge* per la raccolta da telefonia pubblica, servizio Friaco per la raccolta forfetaria del traffico Internet *dial-up*, fatturazione conto terzi), confermando o riducendo i prezzi vigenti nel 2011.

Con riferimento alla prestazione di portabilità del numero su rete fissa, alla luce dell'entrata in vigore delle nuove procedure automatizzate di cui alla delibera n. 35/10/CIR, l'Autorità ha proposto una metodologia finalizzata alla ridefinizione delle condizioni economiche del servizio in coerenza con il quadro regolamentare vigente, definendo un prezzo corrispondente all'attivazione efficiente di un numero portato ottenuto sulla base di quanto consentito dalle più recenti tecnologie e tenendo conto dell'esperienza degli altri Stati membri dell'Unione europea.

Approvazione delle offerte di riferimento 2011 e 2012 di Telecom Italia per il servizio WLR

Il servizio WLR (*wholesale line rental*) è un servizio intermedio disciplinato dall'Autorità e divenuto operativo a partire dal 2008. Tale servizio consente agli operatori interconnessi alla rete di Telecom Italia di fornire ai propri clienti sia l'accesso alla rete telefonica sia il servizio di traffico telefonico, inviando agli stessi una sola fattura. Esso rappresenta una significativa evoluzione rispetto al servizio di preselezione del vettore CPS (*carrier preselection*) che consente all'operatore concorrente la fornitura del solo traffico telefonico, con conseguente doppia fatturazione al cliente, per il canone di accesso (da parte di Telecom Italia) e il traffico telefonico (da parte dell'operatore interconnesso). Il servizio WLR, disponibile esclusivamente nelle aree non aperte all'*unbundling*, è stato introdotto dall'Autorità per consentire agli operatori concorrenti di acquisire clienti in modalità simile a quanto offerto in presenza del servizio di *unbundling*.

L'Autorità, con la delibera n. 45/11/CIR, ha avviato il procedimento di approvazione, tramite consultazione pubblica, dell'offerta di riferimento di Telecom Italia per il 2011 relativa ai servizi WLR. Il procedimento ha riguardato in primo luogo la verifica del rispetto delle condizioni economiche dei servizi soggetti al meccanismo di *network cap* ai sensi della delibera n. 731/09/CONS, sulla base di un modello a costi incrementali di lungo periodo di tipo *bottom up* (c.d. modello *BU-LRIC*) approvato dall'Autorità con delibera n. 578/10/CONS. L'Autorità ha altresì valutato le condizioni economiche dei servizi non inclusi nei panieri e soggetti ad orientamento al costo. Infine, ha svolto una valutazione sulle condizioni tecniche di fornitura, da parte di Telecom Italia agli operatori concorrenti, del servizio WLR e dei relativi servizi accessori.

Al termine del procedimento l'Autorità ha adottato la delibera n. 88/11/CIR con la quale ha approvato, con modifiche, l'offerta di riferimento WLR per il 2011. Le principali modifiche apportate dall'Autorità hanno riguardato la rivalutazione, alla luce del costo orario della manodopera approvato per il 2011 con delibera n. 54/11/CIR, del contributo *una tantum* di attivazione WLR su una linea dove è già attivo il servizio *bitstream naked*, oltre che una rettifica dell'importo minimo mensile per gli accessi ISDN PRA, in modo che questo sia funzione della tipologia di canali richiesti dall'operatore (entranti, uscenti, bidirezionali) oltre che del canone mensile previsto per ciascun canale.

Con delibera n. 160/11/CIR l'Autorità ha avviato un consultazione pubblica su uno schema di provvedimento concernente l'approvazione dell'offerta di riferimento di Telecom Italia per l'anno 2012 relativa al servizio WLR. La consultazione pubblica si è conclusa nel mese di maggio 2012 con l'adozione della delibera n. 59/12/CIR che ha approvato, con modifiche, l'offerta di riferimento WLR con riferimento ai soli servizi non soggetti a *network cap*. Le principali modifiche hanno riguardo la rivalutazione di alcuni contributi *una tantum* legati al costo orario della manodopera per il 2012, valorizzato nell'ambito del procedimento di approvazione dell'offerta WLR.

Con riferimento al canone mensile WLR, sebbene questo importo sia soggetto al rispetto del vincolo triennale di *network cap* fissato dalla delibera n. 578/10/CONS, l'Autorità, alla luce delle mutate condizioni concorrenziali rilevate nel mercato in esame, ha ritenuto opportuno, modificando l'iniziale orientamento di cui alla delibera n. 160/11/CIR, svolgere un approfondimento istruttorio per valutare l'adeguatezza del prezzo proposto da Telecom Italia al fine di garantire una equa e sostenibile competitività tra operatori. L'Autorità ha, a tal fine, avviato, con delibera n. 284/12/CONS una consultazione pubblica inerente i servizi WLR 2012 a *network cap*. Nell'annesso schema di provvedimento l'Autorità ha riportato gli esiti delle attività pre-istruttorie. Nello specifico ha dapprima analizzato il *trend* di utilizzo dei servizi WLR dal 2009 ad oggi, ha svolto un *benchmark* internazionale tra le condizioni economiche presenti in Italia e quelle rilevate negli altri paesi europei, ed ha infine svolto una valutazione sugli effettivi costi necessari alla fornitura del servizio WLR da parte di Telecom Italia agli operatori concorrenti. In esito alle citate analisi, l'Autorità ha proposto un intervento (tramite una modifica della delibera n. 578/10/CONS) in riduzione sul canone WLR, allineato ai costi, utile a ripristinare le condizioni di concorrenzialità inizialmente definite con la delibera n. 578/10/CONS. Tale intervento, apportando una correzione al valore del *network cap* per il 2012 previsto da un provvedimento adottato in esito ad un'analisi di mercato, è posto a consultazione nazionale e, successivamente, notificato alla Commissione europea.

Implementazione delle procedure di portabilità del numero su rete fissa

Nel corso del 2009 e del 2010 l'Autorità ha completato il quadro normativo relativo alle procedure di attivazione e migrazione di cui alla delibera n. 274/07/CONS[122] e di portabilità del numero (NP) cosiddetta "pura"[123] di cui alla delibera n. 35/10/CIR.

Le nuove procedure di NP pura sono divenute pienamente operative a partire dal 7 febbraio 2011: in conformità con quanto già disciplinato per le altre procedure di trasferimento dell'utenza su rete fissa, il cliente che intende passare ad altro operatore deve semplicemente rivolgersi al nuovo operatore aderendo ad una offerta commerciale e fornirgli il proprio codice di trasferimento dell'utenza[124]. Sarà compito del nuovo operatore rivolgersi, utilizzando una rete telematica tra operatori, al vecchio gestore per la chiusura del precedente contratto del cliente e per avviare la procedura tecnica corretta (attivazione, migrazione o portabilità del numero pura) sulla base della configurazione di rete del cliente.

Nei mesi successivi all'avvio della procedura di NP pura, l'Autorità, attraverso la propria attività di vigilanza e monitoraggio delle procedure, ha rilevato l'emergere di una situazione di criticità legata al raggiungimento, da parte di alcuni operatori, della massima capacità giornaliera di evasione degli ordinativi di migrazione e NP che, nel frattempo, erano notevolmente aumentate a conferma del successo delle procedure di passaggio. Questa definisce il massimo numero di richieste giornaliere gestibili da un operatore e deve necessariamente essere fissata *a priori* ai fini del corretto dimensionamento dei sistemi da parte degli stessi operatori (le richieste eccedenti la capacità di evasione vengono scartate per indisponibilità di risorse e devono essere, di conseguenza, ripresentate nei giorni successivi). La massima capacità di evasione di ciascun operatore era stata fissata dall'Autorità con delibera n. 68/08/CIR. Alla luce del crescente utilizzo delle procedure di trasferimento delle utenze, l'Autorità ha ritenuto che le citate capacità di evasione erano inadeguate a gestire l'attuale volume delle richieste di passaggio degli utenti. L'Autorità ha pertanto adottato la delibera n. 62/11/CIR che ha incrementato del 60% la soglia di massima capacità giornaliera di evasione degli operatori prevista nella precedente delibera. Tale misura ha consentito di rimuovere le citate criticità ed ha ripristinato delle condizioni di buon funzionamento delle procedure di trasferimento delle utenze su rete fissa.

---

122 Con tale delibera, per entrambe le procedure, un cliente che voglia passare ad altro operatore di rete fissa dispone di procedure con tempi certi, con costi ridotti (il contributo di cessazione è a carico dell'operatore che acquisisce il cliente e non più del cliente), senza interruzioni del servizio (le attività di configurazione delle rete sono sincronizzate tra gli operatori coinvolti nel passaggio) e con la possibilità di usufruire del servizio di portabilità del numero, contestualmente alla migrazione del servizio di accesso.

123 La procedura è detta "pura" in quanto al trasferimento della numerazione non è associato alcun trasferimento della risorsa di accesso, a differenza di quanto accade nelle procedure di attivazione e migrazione.

124 Il *codice di trasferimento dell'utenza* è una sequenza alfanumerica fornita al cliente dall'operatore che eroga il servizio e contiene il codice segreto del cliente oltre che eventuali informazioni per consentire al nuovo operatore l'individuazione della risorsa e del servizio da trasferire. Il codice di trasferimento dell'utenza è reperibile nella fattura, chiamando il *call center* del proprio operatore o visitando l'area *web* del proprio operatore riservata ai clienti. Il *codice di migrazione* è un caso particolare del codice di trasferimento dell'utenza e si utilizza nelle procedure di migrazione (passaggi tra OLO e rientri in Telecom Italia*)* che implicano sempre la presenza di un servizio di intermedio di Telecom Italia.

Attività di vigilanza sui servizi di interconnessione e sui processi di trasferimento delle utenze

L'Autorità ha continuato a svolgere le attività di vigilanza sul corretto svolgimento dei processi di trasferimento delle utenze di rete fissa, convocando, ove necessario, tavoli tecnici inter-operatore al fine di risolvere le problematiche sollevate dai medesimi.

L'Autorità ha altresì proseguito l'attività di monitoraggio sull'andamento delle procedure di attivazione e migrazione sulla base dei *report mensili* che gli operatori inviano ai sensi delle delibere n. 274/07/CONS e n. 68/08/CIR.

Monitoraggio e implementazione del Piano nazionale di numerazione

Il Piano nazionale di numerazione disciplina l'attribuzione delle risorse di numerazione ai servizi di comunicazione elettronica offerti su diverse tipologie di rete. Le principali innovazioni introdotte sono dettagliatamente descritte al paragrafo 3.1.2.2.: infatti, il Piano nazionale di numerazione è trasversale rispetto ai servizi su rete fissa e mobile[125]. Nello stesso paragrafo saranno riportate le attività di vigilanza e monitoraggio relative all'uso della numerazione per entrambe le tipologie di rete.

3.1.2.2. I servizi di telecomunicazione su rete mobile

Nel periodo da maggio 2011 ad aprile 2011, gli interventi dell'Autorità in materia di telefonia mobile hanno riguardato i seguenti aspetti:

i. verifica della contabilità regolatoria degli operatori di telecomunicazioni di rete mobile notificati quali aventi notevole forza di mercato;

ii. attività di vigilanza sul rispetto della regolamentazione vigente in tema di *roaming* internazionale;

iii. attività di monitoraggio e regolamentazione in tema di portabilità del numero mobile (MNP);

iv. monitoraggio e implementazione del Piano nazionale di numerazione;

v. misure per l'utilizzo delle bande di frequenze radiomobili.

Verifica della contabilità regolatoria degli operatori di telecomunicazioni di rete mobile notificati quali aventi notevole forza di mercato

Ai sensi della delibera n. 667/08/CONS, così come modificata ed integrata dalla delibera n. 60/11/CONS gli operatori di telefonia mobile notificati, ossia detentori di significativo potere nel mercato della terminazione delle chiamate vocali sulle rispettive reti, sono tenuti alla predisposizione di un sistema di contabilità regolatoria. Il sistema contabile è oggetto di revisione da parte di un organismo indipendente, inca-

125 Gli interventi in tema di monitoraggio e implementazione del Piano saranno descritti in modo più dettagliato nella sezione riguardante i servizi mobili poiché gli interventi attuati nel 2011 hanno riguardato prevalentemente le numerazioni utilizzate per servizi su rete mobile.

ricato dall'Autorità, al fine di verificare il rispetto degli obblighi di rendicontazione di cui alle delibere n. 485/01/CONS, n. 399/02/CONS, n. 3/06/CONS, n. 667/08/CONS e n. 60/11/CONS. Il raggruppamento temporaneo d'imprese Mazars s.p.a. e Mazars s.a. è stato incaricato con delibera n. 283/10/CONS della verifica della contabilità regolatoria degli operatori Telecom Italia (separatamente per la contabilità di rete fissa e di rete mobile), Vodafone, Wind e H3G (per la rete mobile) per gli anni 2008, 2009 e 2010 in seguito all'aggiudicazione della gara comunitaria a procedura aperta indetta con delibera n. 747/09/CONS.

Si evidenzia che l'attività del revisore è finalizzata principalmente ad accertare la correttezza dei raggruppamenti per centro di costo a livello della contabilità gestionale, la corretta integrazione della contabilità gestionale nel modello di contabilità regolatoria e la correttezza dei raggruppamenti per centro di costo nelle categorie definite dall'Autorità.

Il revisore ha completato le attività di verifica relative agli esercizi 2008 e 2009 nel corso del 2011; nei primi mesi del 2012 sono state avviate le attività di revisione relative all'ultima annualità del triennio di contratto (2010). Più precisamente, nell'arco temporale oggetto della presente relazione sono state redatte le relazioni di verifica della documentazione contabile degli operatori prodotte:

1. la relazione di verifica della contabilità regolatoria di Vodafone e la nota metodologica predisposta a fini regolatori, consegnate in data 5 maggio 2011;

2. la relazione di verifica dei documenti contabili prodotti e la nota metodologica predisposta a fini regolatori dall'operatore TIM, consegnate in data 10 maggio 2011;

3. la relazione concernente la verifica della documentazione contabile prodotta dall'operatore Wind e la nota metodologica predisposta a fini regolatori, consegnate in data 14 giugno 2011;

4. la relazione inerente alla verifica della documentazione contabile e la nota metodologica predisposta a fini regolatori da H3G, consegnate in data 27 luglio 2011.

Nel corso dell'ultimo anno è stato completamente azzerato il ritardo nelle certificazioni della contabilità regolatoria degli operatori mobili, più volte segnalato come aspetto critico dagli stessi operatori e dalla Commissione europea, in quanto sono state concluse le attività relative al 2010. Infatti sono state anche consegnate:

a) la relazione di verifica della contabilità regolatoria di Vodafone e la nota metodologica predisposta a fini regolatori, consegnate in data 15 febbraio 2012;

b) la relazione di verifica dei documenti contabili prodotti e la nota metodologica predisposta a fini regolatori dall'operatore TIM, consegnate in data 14 marzo 2012;

c) la relazione concernente la verifica della documentazione contabile prodotta dall'operatore Wind e la nota metodologica predisposta a fini regolatori, consegnate in data 22 marzo 2012.

Le attività relative alla verifica della contabilità regolatoria di H3G, per il 2010, che sono partite in data 20 marzo 2012, si concluderanno il prossimo 15 maggio.

Attività di vigilanza sul rispetto della regolamentazione vigente in tema di roaming internazionale

La regolamentazione europea relativa al *roaming* sulle reti mobili pubbliche all'interno della Comunità europea di cui al Regolamento (CE) n. 544/2009 del Parlamento

europeo e del Consiglio (c.d. *Roaming* II), che modifica il Regolamento (CE) n. 717/2007 (c.d. *Roaming* I), e la direttiva 2002/21/CE sono volte "a garantire che gli utenti delle reti pubbliche di comunicazioni mobili che viaggiano all'interno della Comunità non paghino prezzi eccessivi, rispetto alle tariffe competitive nazionali, per i servizi vocali di roaming intracomunitario quando effettuano e ricevono chiamate, inviano e ricevono SMS e utilizzano servizi di trasmissione di dati a commutazione di pacchetto contribuendo in tal modo al corretto funzionamento del mercato interno e conseguendo nel contempo un elevato livello di tutela dei consumatori, promuovendo la concorrenza e la trasparenza sul mercato e offrendo incentivi all'innovazione e possibilità di scelta ai consumatori".

Al riguardo le Autorità nazionali assicurano il rispetto delle disposizioni vigenti monitorando i dati di traffico dei fornitori di servizi di *roaming* internazionale e, tra l'altro, il rispetto della tariffa massima, c.d. "euro tariffa", che un operatore di servizi di *roaming* internazionale deve applicare per la fornitura di chiamate vocali, SMS e servizi dati, salvo il caso in cui il cliente in *roaming* scelga deliberatamente condizioni di prezzo differenti.

Con riferimento alla fornitura di una chiamata vocale, l'Autorità ha provveduto a verificare che, a partire dal 1° luglio 2011, le tariffe medie, al dettaglio, siano al massimo 11 centesimi di euro in entrata, e 35 centesimi di euro in uscita, e la tariffa media all'ingrosso sia, al più, pari a 18 centesimi di euro. Tutti i valori sono al netto dell'IVA. L'Autorità ha, inoltre, monitorato che l'importo al dettaglio di un'eurotariffa SMS che un fornitore del paese d'origine può applicare ai suoi clienti in *roaming* per la fornitura di un SMS in *roaming* regolamentato inviato da tali clienti non superi 11 centesimi di euro al netto dell'IVA.

I dati e le informazioni raccolti ed elaborati dall'Autorità risultano nel rapporto semestrale BEREC (*Body of European Regulators for Electronic Communications*) di implementazione della regolamentazione comunitaria e sono disponibili sul sito web del BEREC e sul sito web dell'Autorità.

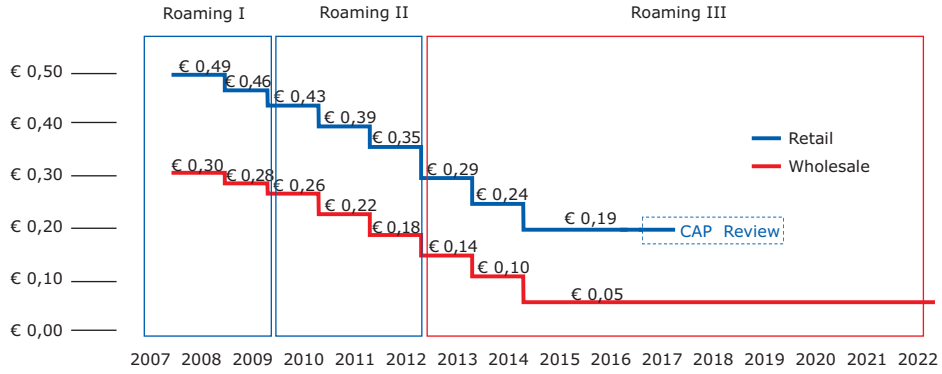
A completamento della citata attività di monitoraggio e di vigilanza, che viene effettuata mediante l'analisi delle informazioni raccolte dagli operatori e aggregate semestralmente ai fini della rappresentazione del quadro nazionale, l'Autorità ha proseguito l'attività di raccolta dei dati di traffico, al dettaglio e all'ingrosso e delle informazioni relative alle tariffe di roaming internazionale con specifico riferimento a ciascun operatore. Tale attività è continuata, inoltre, con l'analisi dei dati inviati da ciascun concorrente e con diverse audizioni tenute sui motivi di maggiore attenzione.

Dall'analisi delle risposte inviate e degli incontri tenuti con gli operatori, risulta confermata complessivamente la conformità alla normativa comunitaria vigente.

L'Autorità ha, inoltre, attivamente contribuito alla revisione del regolamento (CE) n. 544/2009 attraverso la partecipazione all'Expert Working Group del BEREC che opera sulle tematiche di *roaming* e attraverso attività di *technical advisoring* alla Commissione. Il nuovo Regolamento, che entrerà in vigore il primo luglio 2012 e vigerà fino al giugno 2022 (c.d. Roaming III), prevede sia misure di contenimento dei prezzi di vendita *wholesale* e *retail* per il traffico voce, SMS e dati (regolazione *price cap*), sia l'introduzione della c.d. competizione infrastrutturale che si realizzerà a partire dal 2014 attraverso la vendita separata dei servizi di *roaming*. Il nuovo Regolamento consente altresì l'introduzione di modelli di competizione innovativa quali, in particolare, la commercializzazione diretta del servizio mobile dati presso la rete visitata (soluzione *local break-out* proposta e dettagliata dall'Autorità).

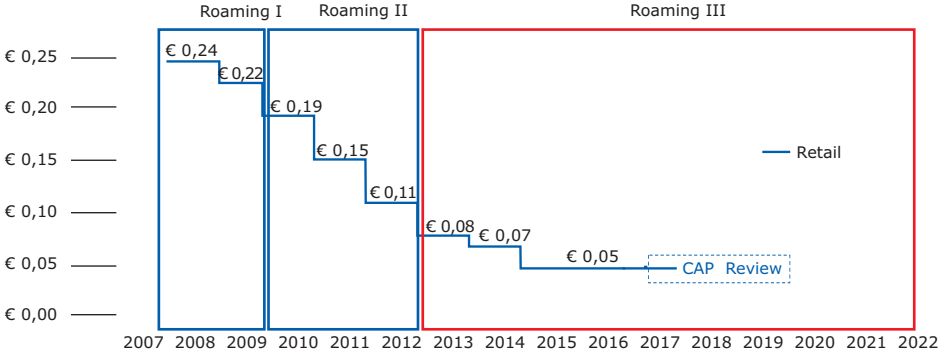
Le figure 3.1, 3.2, 3.3 e 3.4 riportano la riduzione dei prezzi per le chiamate uscenti, entranti, per gli SMS inviati e per il traffico dati.

Figura 3.1. Roaming *internazionale – Chiamate eseguite*



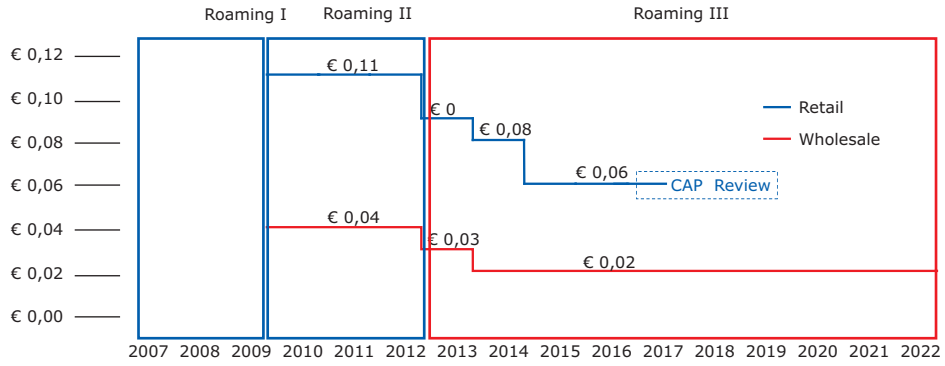
Fonte: Autorità

Figura 3.2. Roaming *internazionale – Chiamate ricevute*



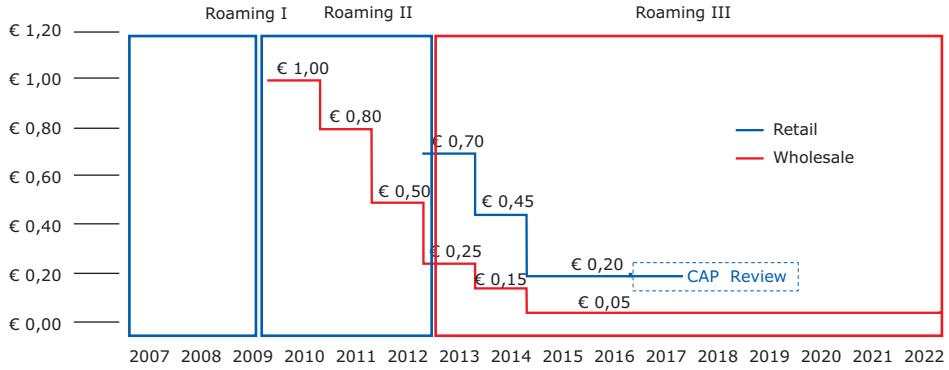
Fonte: Autorità

Figura 3.3. Roaming *internazionale – Sms inviati*



Fonte: Autorità

Figura 3.4. Roaming *internazionale – Traffico dati*



Fonte: Autorità

Attività di monitoraggio e regolamentazione in tema di portabilità del numero mobile (MNP)

La possibilità di cambiare operatore per la fornitura dei servizi di telefonia mobile, voce e dati conservando il proprio numero mobile (*mobile number portability* – MNP) è un diritto tutelato dall'art. 80 del Codice delle comunicazioni elettroniche (decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259). La prestazione di portabilità del numero mobile è attiva in Italia già dal 2002 e una significativa innovazione in tale materia è stata introdotta dalla delibera n. 78/08/CIR che, entrata in vigore nella sua interezza a novembre del 2009, ha fissato in modo sistematico le procedure interoperatore.

Nel corso del 2011, contemporaneamente all'iter di recepimento del terzo pacchetto delle direttive comunitarie, l'Autorità ha indetto con la delibera n. 30/11/CIR una consultazione pubblica al fine di recepire nella normativa nazionale quanto contenuto nella direttiva 2009/136/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 25 novembre 2009, la quale prevede che "in ogni caso, gli abbonati che abbiano concluso un accordo per il trasferimento del proprio numero a una nuova impresa ottengono l'attivazione del numero in questione entro un giorno lavorativo". La consultazione inoltre conteneva altre disposizioni correlate poste a tutela dell'utenza nella realizzazione del processo di portabilità del numero.

La consultazione ha riguardato, infatti, anche le procedure e le misure necessarie affinché sia assicurata al cliente la continuità del servizio, nonché le misure a tutela dei clienti atte a evitare che ci siano portabilità non richieste e, infine, le sanzioni adeguate previste per le imprese in caso di abuso o ritardo nella portabilità. Tra tali ultime misure, la direttiva in parola prevede l'obbligo di risarcire i clienti in caso di disservizi in materia di portabilità del numero. Cogliendo l'occasione della consultazione, l'Autorità, anche considerando l'introduzione di indennizzi in favore degli utenti e su sollecitazione degli operatori, ha proposto di rivedere il sistema delle penali interoperatore nei casi di disservizi.

A conclusione della predetta consultazione pubblica è stato approvato, con la delibera n. 147/11/CIR, il nuovo regolamento per la portabilità del numero mobile, che è entrato in vigore il 31 marzo 2012 in modo tale da consentire agli operatori di implementare le necessarie modifiche. Le norme riguardanti gli indennizzi ai clienti per i ritardi entreranno in vigore, invece, il 1° gennaio 2013, permettendo agli operatori di mettere a punto le necessarie procedure.

La principale novità introdotta dal regolamento riguarda la riduzione del tempo di attivazione della portabilità del numero mobile, realizzata adottando una soluzione che prevede sostanzialmente una contrazione delle tempistiche delle procedure interoperatore già vigenti, effettuando la portabilità del numero mobile nelle ore notturne, quindi all'inizio del secondo giorno lavorativo dalla data di richiesta della portabilità, al fine di mantenere stabile ed eventualmente migliorare l'elevata qualità del servizio raggiunta con l'applicazione del regolamento di cui alla delibera n. 78/08/CIR e confermata dai dati del monitoraggio relativi al 2011. Nella Figura 2.16 è rappresentato l'andamento del numero totale di portabilità effettuate dall'introduzione del servizio nel 2002, e nella Figura 3.5 è riportato il numero di portabilità effettuate per ciascun anno.

Il notevole incremento nel numero di portabilità riscontrabile a partire dall'applicazione del regolamento di cui alla delibera n. 78/08/CIR dà conto della maggiore efficienza della nuova procedura introdotta da tale provvedimento, che ha, tra l'altro, rimosso la possibilità di effettuare la *retention* del cliente, da parte dell'operatore cedente, nel corso del periodo di realizzazione della portabilità. Un ulteriore elemento che ha contribuito all'incremento della numerosità nelle portabilità negli ultimi due anni è costituito dall'incremento del numero delle imprese nel mercato con il consolidamento degli operatori mobili virtuali, i quali, dovendo, come nuovi entranti, puntare ad un mercato di "sostituzione" dell'operatore, traggono il principale beneficio da un efficiente funzionamento del processo di portabilità, contraddistinto in particolare dalla impossibilità di svolgere la *retention*.

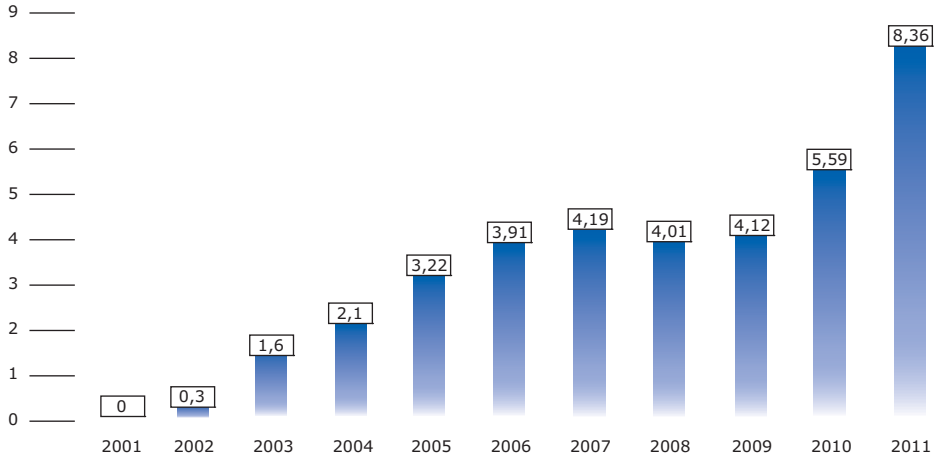
Ulteriore modifica nel regolamento riguarda l'introduzione di indennizzi per il cliente in caso di ritardi nella portabilità, esigibili a partire dal terzo giorno di ritardo, mediante richiesta del cliente con modalità semplice e senza costi aggiuntivi.

È stata introdotta, infine, una maggior flessibilità nel meccanismo delle penali interoperatore, per tenere conto della possibilità del verificarsi di eventi straordinari o malfunzionamenti che impattino in modo massivo sulle operazioni di portabilità.

Fondamentale per la riduzione del tempo della portabilità del numero mobile, inoltre, è stata la disponibilità manifestata dalla Direzione Nazionale Antimafia a rivedere le proprie procedure che assicurano la continuità delle prestazioni di giustizia sulle utenze telefoniche mobili quando queste sono oggetto di portabilità, in maniera da contenere al massimo i tempi. Ciò ha reso concretamente conseguibile l'obiettivo posto dal nuovo quadro comunitario.

Le modifiche apportate dal nuovo regolamento, limitando le variazioni nella mimica tra operatori, sono state attentamente messe a punto per non introdurre criticità in un processo che ha mostrato di funzionare ottimamente, come testimoniato dall'aumento considerevole del numero di portabilità effettuate registrato negli anni e dalla riduzione drastica del numero dei reclami pervenuti all'Autorità.

Figura 3.5. *Numero totale delle portabilità dei numeri mobili effettuate in ciascun anno (milioni)*



Fonte: Autorità

Monitoraggio e implementazione del Piano nazionale di numerazione

Nel corso dell'anno è proseguita l'attività del Tavolo per il monitoraggio e l'implementazione del Piano di numerazione, attraverso un puntuale monitoraggio dell'evoluzione dei servizi a cui sono associate le numerazioni del Piano, che ha consentito di focalizzare l'attenzione sulle richieste del mercato e sulle eventuali problematicità e di individuare soluzioni condivise, volte ad allocare al meglio le risorse di numerazione.

L'aggiornamento del Piano ha anche tratto beneficio dalla partecipazione ai gruppi di lavoro europei, che ha consentito all'Autorità di essere continuamente aggiornata sui temi emergenti nello scenario internazionale. In particolare, si evidenzia la par-

tecipazione alle linee di attività in seno al *Framework Review Implementation Expert Working Group* del BEREC relative all'accessibilità transfrontaliera delle risorse di numerazione e quella concernente i nuovi poteri di intervento delle competenti Autorità nazionali in caso di frode ovvero abuso nell'uso di numerazioni anche a livello transfrontaliero, nonché la partecipazione al WG NaN (*Working Group Numbering and Networks*) in ambito CEPT.

Rivestono particolare importanza, tra i temi emersi da tali esperienze e dai lavori del Tavolo di numerazione, quelli relativi alla semplificazione nell'uso di servizi da parte dei clienti, la rimozione di possibili ostacoli a una maggiore apertura del mercato dei servizi via SMS/MMS, con le naturali ripercussioni positive per gli utenti finali, nonché quelli relativi a una più chiara definizione dei rapporti tra operatori al fine di dare maggiore certezza a quanti operano nel mercato dei servizi di comunicazione elettronica, in particolare con riferimento ai tempi massimi di configurazione delle numerazioni nelle reti degli operatori di accesso, richieste dai titolari delle stesse.

Dopo aver raccolto le opinioni degli *stakeholder* mediante la consultazione pubblica indetta con la delibera di n. 154/11/CIR, sono state approvate le modifiche al Piano di numerazione con la delibera n. 52/12/CIR del 3 maggio 2012. Tra l'altro, con tale ultimo provvedimento è stato individuato un codice univoco breve per la prestazione di *dual billing*, ossia la prestazione che permette nei servizi mobili di contabilizzare i costi relativi alla chiamata con addebito personale al dipendente, distinto dagli addebiti imputati all'azienda. Ferma restando la possibilità di utilizzare a tale scopo la numerazione per servizi interni di rete, l'introduzione di un codice breve dedicato ha il vantaggio di rendere più semplice l'uso personale del terminale da parte del dipendente e mantenere lo stesso codice anche nel caso di portabilità del numero da un operatore all'altro.

Sono stati inoltre innalzati i tetti di prezzo dei servizi a sovrapprezzo SMS/MMS e trasmissione dati fino al limite superiore di cinque euro per consentire la fornitura di contenuti di pregio, quali *file* audio e video che altrimenti non avrebbero potuto essere proposti a causa del costo del contenuto stesso, pari o superiore al prezzo di commercializzazione. Tale decisione è stata tuttavia accompagnata da un aumento dei livelli di tutela dei clienti prevedendo, per prezzi dei contenuti superiori ai due euro, l'indicazione esplicita del prezzo, ovvero l'accettazione esplicita del prezzo da parte del cliente mediante un ulteriore SMS, ovvero, ancora, che sia proposto dai fornitori del servizio un diverso sistema di tutela, preventivamente approvato dall'Autorità, che aumenti la consapevolezza del cliente rispetto al prezzo del servizio stesso.

Sempre nell'ambito dei servizi SMS/MMS e trasmissione dati a sovrapprezzo, in attesa di una più compiuta revisione della disciplina dei servizi a sovrapprezzo contenuta nel decreto ministeriale n. 145/06, sono stati forniti ulteriori esemplificazioni delle tipologie di servizi a carattere sociale informativo, descrivendo i servizi che rivestono carattere di interesse generalizzato per la collettività compresi quelli bancari e assicurativi.

Nello stesso provvedimento è stata inoltre dedicata una porzione della numerazione a codice 43 per i servizi di tipo *push* e/o *pull*, effettuati tramite SMS/MMS o trasmissione dati senza richiedere il pagamento di un sovrapprezzo. Pertanto, tale numerazione è stato sottratta alla disciplina della numerazione per servizi a sovrapprezzo, in quanto gratuita o con prezzi al massimo pari a quelli delle comunicazioni dello stesso tipo dirette alle numerazioni per servizi mobili e personali, secondo il piano tariffario del cliente.

L'istanza di revisione degli artt. 8 e 30 della delibera n. 74/10/CIR, relativa alle risorse di numerazione dedicate ai servizi mobili, proposta da H3G, Telecom Italia, Vodafone, Wind e Noverca, posta anch'essa in consultazione, è stata accolta solo in parte. Sono state modificate, infatti, le disposizione del Piano relative ai codici di *routing number* nel senso di lasciare immutati i codici in decade 3 già assegnati di lunghezza tre cifre e provvedendo al rilascio dei nuovi codici, sempre a tre cifre, in decade 7. Tale decisione appare rispondere all'esigenza più pressante rappresentata dagli istanti, ossia di ridurre drasticamente gli impatti implementativi delle innovazioni relative alle numerazioni e ai codici per servizi mobili e personali apportate dal Piano di numerazione approvato con la delibera n. 74/10/CIR.

Oltre alla citata attività di regolamentazione, di cui peraltro si è riferito solo per grandi linee, l'Autorità, nell'ambito dei propri compiti di vigilanza, in particolare, ha seguito con attenzione la transizione dei servizi dalla numerazione interna di rete a quella pubblica per i quali sono stati avviati e conclusi due procedimenti sanzionatori di cui sarà riferito più dettagliatamente nel paragrafo 3.1.4.

Misure per l'utilizzo delle bande di frequenza radiomobili

Nel corso del periodo di riferimento è proseguita l'attività dell'Autorità concernente la disciplina dell'utilizzo delle bande di frequenze per sistemi radiomobili e in tale contesto anche i provvedimenti approvati dall'Autorità all'inizio del 2011 hanno trovato la loro piena attuazione ed espletato gli effetti attesi, in particolare per quanto riguarda le frequenze del cosiddetto "dividendo digitale" e delle ulteriori risorse frequenziali, che l'Autorità aveva da tempo richiesto che fossero rese disponibili per i servizi di comunicazione elettronica. Sulla base delle regole individuate dall'Autorità, nel mese di settembre 2011, è stata infatti espletata dal Ministero dello sviluppo economico un'asta multifrequenze, il cui esito, per la competizione mostrata dai partecipanti e gli incassi ottenuti, può considerarsi estremamente positivo e ai massimi livelli europei.

Dopo l'entrata in vigore della legge 13 dicembre 2010, n. 220, recante "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge di stabilita 2011)", infatti, l'Autorità aveva approvato, a seguito di consultazione pubblica indetta con la delibera n. 282/11/CONS e integrata con la delibera n. 370/11/CONS, il provvedimento che definiva le procedure per l'assegnazione delle frequenze del *digital dividend* televisivo (a 800 MHz) e delle altre frequenze disponibili (a 1.800, 2.000 e 2.600 MHz) per sistemi mobili a larga banda. Il provvedimento ha definito le regole della più importante asta delle frequenze effettuata negli ultimi anni in Italia per i sistemi mobili.

Con la delibera in parola, l'Autorità aveva stabilito un valore di partenza per la gara che poteva essere anche superiore all'obiettivo di un incasso di 2,4 miliardi di euro indicato dalla Legge di stabilità, precisamente fino a 3,1 miliardi, elevabile poi all'esito dell'asta. Oltre a ciò, il provvedimento ha previsto norme di sistema a beneficio di tutto il settore delle comunicazioni mobili. In particolare, ha dettato le linee guida per procedere al *refarming* della banda a 1.800 MHz, oggi usata per il GSM, verso le più moderne tecnologie a larga banda quali LTE e Wimax, ed è stata data la possibilità agli operatori di prorogare le licenze esistenti a 900, 1.800 e 2.100 MHz ai fini di una razionalizzazione del comparto radiomobile. Il provvedimento ha introdotto, inoltre, importanti obblighi di copertura ai fini della riduzione del *digital divide*, nonché numerose disposizioni che vanno nella direzione dell'uso efficiente e flessibile delle risorse frequenziali, con la possibilità di *leasing* dello spettro, offerte *wholesale* e condivisione

delle frequenze. Sono stati previsti anche sconti sulle offerte aggiudicatarie per coloro intenzionati a realizzare reti "verdi" di nuova generazione a basso impatto ambientale. Per gli aggiudicatari è stato anche previsto l'obbligo di avvio del servizio commerciale entro tempi prefissati e il mantenimento di un'offerta commerciale che segua i principi di *net neutrality*, con benefici per l'utenza.

Le menzionate procedure di assegnazione sono state quindi gestite dal Comitato dei ministri, costituitosi su proposta dell'Autorità, e dal Ministero dello sviluppo economico, con la pubblicazione alla fine del mese di giugno 2011 del bando e del disciplinare di gara e con il successivo espletamento dell'asta. Tale asta multifrequenza è iniziata il 30 agosto 2011 e dopo oltre 400 tornate i 4 operatori Wind, Telecom Italia, H3G e Vodafone sono risultati aggiudicatari dei vari blocchi di frequenza messi a gara per un totale di 240 MHz di banda. Solo una ridotta porzione di 15 MHz in banda 2.000 è risultata non opzionata, per carenza al momento di idonei apparati e tecnologie d'uso. L'incasso complessivo ha sfiorato i 4 miliardi di euro, il maggiore introito registrato in Europa se rapportato alla durata e alla popolazione e che, dal punto di vista economico, rappresenta un risultato per le casse dello Stato di gran lunga superiore agli obiettivi previsti dalla Legge di stabilità.

L'asta multifrequenza, a completamento delle attività avviate dall'Autorità, ha quindi posto le condizioni per lo sviluppo dell'offerta da parte degli attuali operatori del mercato mobile, promuovendo, tra l'altro, un miglioramento delle dotazioni frequenziali. La maggior dotazione spettrale raggiunta dagli operatori dovrebbe quindi rispondere, perlomeno nel breve-medio termine, alle esigenze già emerse in relazione al *deficit* di capacità delle attuali reti mobili, dovuto all'enorme successo dei nuovi servizi dati e dalla diffusione di palmari e *tablet*.

Con tali attività l'Autorità, fra le prime in Europa per quanto riguarda l'assegnazione delle nuove bande a 800 MHz e 2.600 MHz, ha quindi consolidato il percorso di sviluppo del mercato radiomobile nazionale che da anni si è dimostrato tra i più avanzati ed innovativi a livello europeo.

Nel corso del periodo di riferimento ha continuato a trovare attuazione anche la delibera n. 541/08/CONS del 17 settembre 2008, recante "Procedure e regole per l'assegnazione e l'utilizzo delle bande di frequenza a 900 e 2.100 MHz da parte dei sistemi di comunicazione elettronica". Con tale delibera, infatti, l'Autorità aveva aggiornato il quadro regolamentare per l'assegnazione delle frequenze nelle bande radiomobili, prevedendo anche la riorganizzazione della banda GSM a 900 MHz e ponendo le premesse per l'avvio ordinato del *refarming*. Il *refarming* del GSM, che in virtù delle disposizioni di cui alla delibera n. 282/11/CONS potrà essere effettuato oltre che a 900 MHz anche a 1.800 MHz, consiste nell'utilizzo delle dette bande con sistemi *broadband* avanzati di tipo 3G e successivi, tra i quali l'UMTS (*Universal Mobile Telecommunications System*), *LTE* (*Long Term Evolution*) e Wimax (*Worldwide interoperability for microwave access*). I gestori GSM hanno quindi portato avanti il piano di riorganizzazione della banda a 900 MHz, attraverso la progressiva liberazione sul territorio nazionale di un blocco da 5 MHz per il quarto operatore. In particolare, all'inizio del 2012, è stata autorizzata la seconda attività di *refarming* da parte di un operatore GSM, che ha potuto dunque iniziare a convertire l'uso di 5 MHz GSM verso l'UMTS in alcune aree del territorio nazionale. Attraverso la riorganizzazione e l'avvio del *refarming* della banda a 900 MHz si sta, pertanto, realizzando un uso più efficiente dello spettro e, in particolare, un ampliamento dei servizi mobili a banda larga offerti a vantaggio dell'utenza finale.

Anche con riguardo alle attività di *refarming* della banda 900 MHz, l'Autorità si attesta come uno dei primi regolatori in Europa ad aver realizzato un importante obiettivo di sviluppo del mercato radiomobile nazionale e di promozione delle nuove tecnologie per la fornitura dei servizi mobili a larga banda, in linea con gli obiettivi previsti dal quadro comunitario e dall'Agenda digitale europea.

3.1.2.3. I servizi e le reti a banda larga

Durante il periodo da maggio 2011 ad aprile 2012, per quanto riguarda i servizi e le reti a banda larga, l'attività svolta dall'Autorità ha riguardato le seguenti tematiche:

i. approvazione dell'offerta di riferimento 2011 di Telecom Italia per i servizi *bitstream*;

ii. regolamentazione dei servizi VoIP (*Voice over Internet Protocol*): specifiche tecniche di interconnessione IP;

iii. installazione di reti per collegamenti dorsali e condivisione di infrastrutture;

iv. attività di vigilanza sui servizi all'ingrosso di accesso alla rete Telecom e copertura ADSL.

Approvazione dell'offerta di riferimento 2011 di Telecom Italia per i servizi bitstream

Analogamente a quanto effettuato per l'offerta di riferimento 2011 relativa ai servizi di accesso disaggregato e di co-locazione, l'Autorità ha svolto le valutazioni, ai sensi della delibera n. 731/09/CONS, dell'offerta di riferimento 2011 di Telecom Italia relativa ai servizi *bitstream*, attraverso due distinti procedimenti, uno per i servizi soggetti a *network cap*, conclusosi con l'adozione della delibera n. 90/11/CIR, ed uno per i servizi soggetti ad orientamento al costo nonché per i relativi aspetti procedurali e tecnici, conclusosi con l'adozione della delibera n. 158/11/CIR[126].

In particolare, con la delibera n. 90/11/CIR, adottata in esito alla consultazione pubblica indetta con delibera n. 47/11/CIR, l'Autorità, avendo accertato il rispetto da parte di Telecom Italia dei vincoli di *cap* definiti dalla delibera n. 578/10/CONS per l'an-

126 Il servizio *bitstream*, operativamente disponibile in Italia a partire dal 2007, consente agli operatori alternativi di fornire ai propri clienti connettività ad *internet* a banda larga, telefonia su IP (VoIP) e *streaming* video. In particolare, il servizio *bitstream* consente l'accesso dell'operatore concorrente alla capacità trasmissiva della rete dati a commutazione di pacchetto a larga banda di Telecom Italia disponibile tra un punto di consegna, a livello urbano o regionale, e l'abitazione del cliente. A differenza del servizio di accesso disaggregato, in base al quale l'operatore, noleggiando la coppia in rame per la copertura dell'ultimo miglio, si dota di propria infrastruttura giungendo fino alla centrale locale dell'*incumbent*, il servizio *bitstream* consente agli operatori alternativi di raccogliere il traffico dati dei propri clienti a livello più remoto con conseguenti minori costi di infrastrutturazione. Con l'offerta di riferimento *bitstream*, disponibile sia in tecnologia ATM che *ethernet*, l'operatore interconnesso acquista, quindi, da Telecom Italia sia la componente di accesso (che sostanzialmente copre i costi di *assurance* dell'ultimo miglio e degli apparati in centrale) che la componente di trasporto (dalla centrale locale di Telecom Italia al nodo di consegna). Il servizio *bitstream* rappresenta, inoltre, un'importante alternativa per la fornitura di servizi a banda larga in quelle aree in cui non è disponibile il servizio di *unbundling* o laddove le centrali di *unbundling* risultano sature.

no 2011, ha approvato i prezzi dei servizi *bitstream* a *network cap* proposti da Telecom Italia per tale anno, fatta eccezione per alcuni contributi *una tantum*, per i quali è stata richiesta una riformulazione, e per i servizi di *multicast* e di trasporto *ethernet* di primo livello (*backhaul*) con CoS=5, le cui valutazioni, essendo servizi di nuova introduzione, sono state effettuate al costo nell'ambito dell'apposito procedimento[127].

Con la delibera n. 158/11/CIR, adottata in esito alla consultazione pubblica indetta con delibera n. 97/11/CIR, l'Autorità ha inoltre approvato, con modifiche, le condizioni economiche dei servizi *bitstream* soggetti ad orientamento al costo. Le principali modifiche richieste dall'Autorità a Telecom Italia hanno riguardato, in particolare, la riduzione del costo della banda *ethernet* di secondo livello[128], relativamente a tutte le CoS disponibili, e della banda *ethernet* di *backhaul* con specifico riferimento alla CoS=5 che, come premesso, sebbene inclusa nei panieri a *network cap*, è stata valutata al costo essendo un servizio introdotto per la prima volta nell'offerta *bitstream* 2011 in ottemperanza a quanto disposto al riguardo con delibera n. 105/10/CIR. L'Autorità ha altresì approvato le condizioni economiche 2011 proposte da Telecom Italia per il servizio *multicast*. Ulteriori modifiche hanno interessato le condizioni economiche di alcuni contributi *una tantum* per i quali, alla luce del costo della manodopera approvato per l'anno 2011 con delibera n. 54/11/CIR, è stato chiesto una riformulazione a Telecom Italia. Nell'ambito della delibera n. 158/11/CIR sono stati inoltre forniti chiarimenti circa alcuni aspetti procedurali e tecnici concernenti la fornitura dei servizi *bitstream.*

L'Autorità ha altresì fornito, nell'ambito della suddetta delibera, alcune disposizioni circa la predisposizione dell'offerta di riferimento *bitstream* relativa all'anno 2012, tra le quali si segnalano: *i)* l'introduzione di un nuovo servizio relativo alla fornitura del *kit* di consegna *ethernet* in modalità condivisa tra più operatori; *ii)* la previsione di un nuovo processo di *provisioning* delle VLAN afferenti ad una data macroarea *ethernet*; *iii)* aumento della percentuale dei degradi[129], sia sull'accesso che sul trasporto, risolti entro i tempi previsti dai relativi SLA (*Service Level Agreement*); *iv)* l'introduzione di SLA e penali per disservizi/degradi ripetuti; *v)* riformulazione, in un'ottica di maggiore efficienza, delle condizioni economiche relative alle migrazioni massive da *bitstream* ATM ad *ethernet*.

In merito al tema dell'*end of sale ATM*, ossia della cessazione della vendita di nuovi accessi *bitstream* ATM nelle aree coperte dalla tecnologia *ethernet*, preannunciata da Telecom Italia a partire dal 1° gennaio 2012, l'Autorità, accogliendo le istanze degli operatori alternativi che avevano manifestato al riguardo forti preoccupazioni, ha indicato, con delibera n. 158/11/CIR, a Telecom Italia di soprassedere dall'iniziativa e di attendere le proprie determinazioni di merito. A tal fine, l'Autorità ha avviato uno specifico tavolo tecnico avente lo scopo di esaminare alcune tematiche di carattere tecnico/procedurale ritenute dagli operatori alternativi essenziali per una corretta fruizione dei servizi *bitstream* su piattaforma *ethernet*. Il suddetto tavolo tecnico si è riunito in più occasioni nel corso dei mesi di febbraio-aprile 2012. L'Autorità, ai sensi della deli-

127 La banda *ethernet* di *backhaul*, detta anche banda di primo livello, indica la banda *ethernet* all'interno di una specifica area di raccolta tra i DSLAM *ethernet* e il nodo *feeder* ad essi collegati.

128 La banda *ethernet* di secondo livello indica la banda *ethernet* tra due nodi *feeder* appartenenti alla medesima macroarea di raccolta.

129 Particolari condizioni di deterioramento della qualità del servizio offerto da Telecom Italia agli operatori interconnessi.

bera n. 158/11/CIR, fornirà agli operatori le proprie determinazioni in merito all'*end of sale* ATM anche sulla base degli esiti del suddetto tavolo tecnico.

Parimenti, con la delibera n. 158/11/CIR, l'Autorità ha fornito specifiche indicazioni, sia di carattere procedurale che economico, in merito al tema della migrazione degli accessi *bitstream* da ATM ad *ethernet.* In particolare, sono state previste una serie di promozioni e/o agevolazioni economiche volte, da un lato, ad incentivare gli operatori alla migrazione all'*ethernet* e, dall'altro, a minimizzare eventuali inefficienze conseguenti alla necessità per gli operatori di dotarsi, per un certo periodo transitorio, di una doppia piattaforma (ATM ed *ethernet*).

Nei mesi di gennaio e aprile 2012 sono state avviate, rispettivamente con delibere n. 2/12/CIR e n. 20/12/CIR, le consultazioni pubbliche, con allegato uno schema di provvedimento, concernenti l'approvazione delle condizioni economiche 2012 dei servizi *bitstream* soggetti, rispettivamente, a *network cap* ed al costo. La consultazione pubblica di cui alla delibera n. 2/12/CIR si è conclusa nel mese di aprile 2012 con l'adozione della delibera n. 37/12/CIR che approva sostanzialmente i prezzi dei servizi *bitstream* a *network cap* proposti da Telecom Italia per l'anno 2012 in applicazione dei vincoli relativamente stabiliti per tale anno dalla delibera n. 578/10/CONS.

Regolamentazione dei servizi VoIP: specifiche tecniche di interconnessione IP

Con riferimento alle disposizioni regolamentari inerenti l'interconnessione IP, l'Autorità, concluse le attività del Tavolo tecnico "Interventi regolamentari in merito alla interconnessione IP e interoperabilità per la fornitura di servizi VoIP", ha avviato una consultazione pubblica, indetta con la delibera n. 55/11/CIR, riguardante la definizione delle specifiche tecniche (protocolli e *standard* di riferimento) di interconnessione IP, l'architettura di interconnessione IP (numero di nodi di consegna a livello nazionale, ecc.) e gli scenari di migrazione dall'attuale architettura di interconnessione TDM (*Time-division multiplexing*) verso l'architettura di interconnessione IP.

Con la delibera n. 128/11/CIR, adottata in esito alla consultazione pubblica suddetta, l'Autorità ha portato a termine tale percorso regolamentare. Tale delibera costituisce un passaggio regolamentare fondamentale ai fini dell'evoluzione, già da anni in atto, dalle attuali reti telefoniche (basate su tecnologia TDM) verso architetture di nuova generazione, standardizzate in ambito internazionale e basate appunto sul paradigma IP. I punti fondamentali della delibera hanno riguardato:

i. l'adozione di specifiche di interconnessione ETSI/ITU *service aware* che consentono la fornitura di servizi a qualità garantita;

ii.la sostanziale riduzione del numero di bacini di raccolta/terminazione (*aree gateway*) per l'interconnessione alla rete di Telecom Italia, i quali passano dagli attuali 660 circa a 16 (corrispondenti a 32 nodi di interconnessione ridondati, 2 per ogni area), grazie alla maggiore efficienza delle reti IP;

iii. la coincidenza dei nodi di interconnessione IP con gli attuali nodi *bitstream*, con sostanziale vantaggio per gli operatori in termini di efficienza;

iv. il mantenimento, nel passaggio all'interconnessione IP, delle attuali regole in materia di portabilità del numero (NP), rispetto del Piano di Numerazione e fornitura delle prestazioni previste ai fini di giustizia;

v. definizione, entro 3 mesi dall'adozione del provvedimento, delle specifiche di dettaglio da parte degli operatori e avvio della processo di migrazione dalla tecnologia TDM all'interconnessione IP.

La definizione, citata al precedente punto v, delle specifiche di dettaglio è stata svolta presso la Commissione Interconnessione del MISE che ha terminato le proprie attività a fine aprile 2012 sottoponendo altresì alla cognizione dell'Autorità la soluzione, in ambito regolamentare, di alcuni temi rimasti "aperti".

Installazione di reti per collegamenti dorsali e condivisione di infrastrutture

Nel novembre 2011, l'Autorità ha approvato, con delibera n. 622/11/CONS, il *Regolamento in materia di diritti di installazione di reti di comunicazione elettronica per collegamenti dorsali e coubicazione e condivisione di infrastrutture*, in esito alla consultazione pubblica avviata con delibera n. 510/10/CONS, i cui termini sono stati prorogati dall'Autorità con delibera n. 106/11/CONS a seguito delle richieste pervenute dagli *stakeholder*, giustificate dalla complessità della materia.

Il Regolamento si divide concettualmente in due parti: l'una dedicata alla materia dell'installazione delle reti dorsali, l'altra alla coubicazione e condivisione di infrastrutture.

La parte sulle reti dorsali trova la sua fonte legittimante nell'articolo 2, comma 3, della legge n. 133/08. A tale riguardo, nel Regolamento, l'Autorità ha confermato, con ridotte modifiche, gli orientamenti proposti in consultazione pubblica, affrontando le seguenti tematiche:

a) la nozione di rete dorsale;

b) la delimitazione dei soggetti obbligati al rispetto delle norme in materia, identificati previamente negli enti pubblici, inclusi gli organismi di diritto pubblico e i concessionari pubblici titolari di reti viarie, ferroviarie, elettriche o, comunque, di reti atte alla realizzazione di reti dorsali;

c) le procedure e le condizioni per la realizzazione, sul suolo da essi gestito, di nuove infrastrutture (diritti di passaggio) e per l'accesso a quelle esistenti;

d) la partecipazione ai lavori di costruzione o di ampliamento di infrastrutture;

e) gli oneri economici in capo all'operatore di comunicazione elettronica per i diritti di passaggio o per l'utilizzo delle infrastrutture di posa per la realizzazione di reti dorsali.

La parte dedicata alla coubicazione di infrastrutture trova la sua fonte legittimante nell'articolo 89 del Codice delle comunicazioni elettroniche, integrato da quanto previsto dall'articolo 12 della direttiva quadro n. 2009/140/CE. In tale ambito, il Regolamento si occupa, preliminarmente, degli obblighi di condivisione in capo agli operatori di comunicazione elettronica. Dopo aver stabilito che l'Autorità può imporre la condivisione di strutture o la proprietà (compresa la coubicazione fisica) in presenza di particolari interessi tutelati dall'articolo 89, comma 2, del Codice delle comunicazioni elettroniche (tutela dell'ambiente, salute pubblica, pubblica sicurezza o per realizzare obiettivi di pianificazione urbana o rurale), il Regolamento ha aggiunto, rispetto a quanto stabilito nel testo messo in consultazione, che la condivisione può essere imposta anche quando sia giustificata dal fatto che la duplicazione di tale infrastruttura sarebbe economicamente inefficiente o fisicamente impraticabile. Inoltre, qualora l'operatore, a causa dell'esistenza degli evidenziati interessi previsti dall'articolo 89,

comma 2, del Codice delle comunicazioni elettroniche, abbia ricevuto un provvedimento di diniego in merito alla richiesta di ottenimento di diritti di passaggio per interventi di installazione di reti e impianti di comunicazione elettronica, il Regolamento prevede un obbligo di comunicazione da parte dell'operatore, del provvedimento, ai fini di eventuali interventi da parte dell'Autorità.

Sempre con riferimento alla sezione dedicata alla coubicazione di infrastrutture, il Regolamento mette in rilievo il potere generale dell'Autorità a incoraggiare la stessa, attraverso la costituzione di un archivio telematico contenente l'insieme delle infrastrutture e realizzato sulla base delle informazioni fornite dai soggetti destinatari degli obblighi di pubblicizzazione e comunicazione delle informazioni relative alle infrastrutture da essi gestite, nonché degli interventi programmati in tale materia. Il Regolamento prevede, altresì, che tale archivio venga aggiornato con l'invio delle domande per il conferimento dei diritti di passaggio per la realizzazione di reti con scavi, inclusi i progetti di realizzazione di reti di comunicazione elettronica.

Sia in riferimento alle reti dorsali che alle attività di condivisione, il Regolamento prevede specifici poteri di controllo e sanzionatori in capo all'Autorità. A tale riguardo, infatti, l'Autorità ha ritenuto che non esista alcun impedimento giuridico di principio alla possibilità di irrogare sanzioni amministrative anche verso soggetti pubblici che non siano operatori di comunicazione elettronica.

Infine, il Regolamento contiene, in annesso, le *Linee Guida in tema di diritti di passaggio e accesso alle infrastrutture di posa* in ambito urbano (anche se non finalizzate alla realizzazione di reti dorsali) che, in attuazione dell'articolo 13 del Codice delle comunicazioni elettroniche, prevedono l'adozione di una serie di misure volte a incoraggiare investimenti efficienti e sostenibili in materia di infrastrutture e a promuovere l'innovazione e lo sviluppo di reti e servizi, ivi compresi quelli a larga banda. Le *Linee Guida*, per loro natura non vincolanti, suggeriscono l'adozione, ove possibile, di procedure autorizzatorie uniformi sul territorio nazionale, sia in tema di accesso alle infrastrutture di posa esistenti sia nel caso di realizzazione di nuove infrastrutture, nonché la definizione di istruzioni tecniche per l'installazione di infrastrutture adatte a ospitare reti di comunicazione elettronica, privilegiando le soluzioni a minore impatto ambientale ed economico.

Attività di vigilanza sui servizi all'ingrosso di accesso alla rete Telecom e copertura ADSL

Problematiche relative alla saturazione delle risorse di co-locazione delle centrali ULL

Nell'ambito delle attività di vigilanza in oggetto e in attuazione del quadro normativo vigente, l'Autorità ha svolto, facendo seguito ad alcune segnalazioni di operatori inerenti problematiche di saturazione di alcune centrali aperte all'*unbundling*, un'attività finalizzata all'ottimizzazione dell'utilizzo delle risorse di co-locazione.

Problematiche di saturazione e degrado nei servizi bitstream

L'Autorità ha rilevato un crescente fenomeno di saturazione delle centrali *bitstream* ATM dovuto sia all'esaurimento delle schede nel DSLAM sia al raggiungimento dei

limiti della capacità trasmissiva del collegamento di *backhaul* verso i nodi degli operatori. In tali centrali non è possibile fornire ulteriori linee ADSL ai clienti finali sia di Telecom Italia che delle imprese concorrenti. È in tali casi intervenuta, in attuazione della vigente normativa, sollecitando Telecom Italia a porre in essere tutte le necessarie attività per l'adeguamento di dette centrali.

Ulteriore questione affrontata dall'Autorità è quella dei degradi. Questi ultimi possono riguardare sia la componente di accesso che di trasporto del servizio *bitstream*. Tale fenomeno ha un diretto impatto sugli utenti finali in termini di riduzione della velocità di accesso a internet e della qualità delle comunicazioni VoIP. In tale ambito l'Autorità è intervenuta con un'attività di vigilanza finalizzata a risolvere sollecitamente le situazioni di degrado segnalate dagli operatori.

Copertura ADSL

L'Autorità ha proseguito, nel corso dell'ultimo anno, le attività di vigilanza, avviate generalmente su segnalazioni degli utenti finali (molto spesso Enti locali), che ha riguardato la copertura del servizio ADSL offerto da Telecom Italia. L'intervento dell'Autorità ha contribuito ad accelerare la soluzione dei problemi sollevati grazie a un incremento, da parte di Telecom Italia, della copertura ADSL nelle aree precedentemente non coperte o della capacità trasmissiva disponibile tra la centrale locale e il nodo di consegna dell'operatore (nelle aree già coperte dall'ADSL).

3.1.3. Le controversie tra operatori

Nel periodo da maggio 2011 ad aprile 2012, gli interventi dell'Autorità in tema di controversie tra operatori hanno riguardato i seguenti aspetti:

i. le controversie tra operatori;

ii. la gestione delle controversie nell'accesso alle piattaforme televisive.

Le controversie tra operatori

L'Autorità, con riferimento alla risoluzione delle controversie tra operatori di comunicazioni elettroniche, ha avviato trentuno procedimenti nel periodo che va da aprile 2011 ad aprile 2012, secondo le previsioni del regolamento di cui alla delibera n. 352/08/CONS. Con riguardo ai procedimenti avviati nel corso del periodo precedente (aprile 2010 – aprile 2011) e conclusi nell'ultimo anno, l'Autorità ha approvato cinque delibere di archiviazione, ai sensi dell'articolo 12 del regolamento, di cui alla delibera n. 352/08/CONS, e concluso due procedimenti, ai sensi dell'articolo 9, comma 4 del regolamento, a seguito di raggiungimento di un accordo tra le parti (complessivamente 7 procedimenti).

Si fornisce, nel seguito, dapprima una descrizione sintetica dei procedimenti avviati nel periodo precedente a quello di riferimento e conclusi tra il 2011 e 2012. Successivamente, si procede a una descrizione dei procedimenti avviati da aprile 2011 ad aprile 2012, dei quali una parte si sono conclusi e una parte sono tuttora in corso.

Controversie avviate nel periodo antecedente il periodo di riferimento

Nel seguito sono illustrati i procedimenti avviati nel periodo antecedente il periodo di riferimento e conclusi tra il 2011 e il 2012.

Nella controversia promossa da Digitel Italia contro Eutelia, avente ad oggetto il mancato rispetto del contratto di interconnessione sull'offerta di servizi *bitstream wholesale*, conclusa la fase istruttoria, le parti sono state convocate dinanzi alla Commissione ai fini della definizione della controversia. A seguito dell'istanza di archiviazione presentata dalla parte istante antecedentemente alla data fissata per l'audizione dinanzi l'Organo collegiale, l'Autorità ha provveduto ad archiviare il contenzioso sottoposto alla sua cognizione con l'adozione della delibera n. 105/11/CIR, conformemente a quanto previsto dall'art. 12, comma 2, del regolamento.

Con riferimento alla controversia tra Fastweb e Telecom Italia in materia di *contributi di attivazione del servizio bitstream,* conclusa la fase istruttoria, le parti sono state convocate dinanzi all'Organo collegiale, ai fini della definizione della controversia. A seguito della dichiarazione di rinuncia che la società ricorrente ha presentato prima della data fissata per l'audizione dinanzi alla Commissione per raggiunto accordo con la controparte, l'Autorità ha archiviato la controversia con l'adozione della delibera n. 110/11/CIR, ai sensi dell'art. 12, comma 2, del regolamento.

L'Autorità ha definito la controversia tra Telecom Italia e Fastweb in materia di condizioni economiche dei *kit di interconnessione*. Espletata la fase istruttoria, le parti sono state convocate in audizione dinanzi alla Commissione per le infrastrutture e le reti. L'Organo collegiale, preso atto della proposta transattiva formulata in pari data da Fastweb, ha disposto il rinvio dell'udienza. In seguito al raggiungimento di un accordo tra le parti, formalizzato con la sottoscrizione di un verbale di avvenuta conciliazione, redatto ai sensi dell'art. 9, comma 4 del regolamento, l'Autorità ha adottato la delibera n. 21/12/CIR con la quale è stata disposta l'archiviazione della controversia per sopravvenuta improcedibilità, ai sensi dell'articolo 12, comma 2, del regolamento.

L'Autorità ha definito la controversia pendente tra Ubiquity e Vodafone, in materia di accesso e interconnessione alla rete di Vodafone mediante la fornitura del servizio di *terminazione di SMS e/o di quantitativi di SMS*. All'esito del procedimento istruttorio, le parti sono state convocate in audizione, dinanzi all'Organo collegiale, ai fini della definizione della controversia. La Commissione, alla luce della disponibilità in tal senso rappresentata dalle parti, ha richiesto agli Uffici di facilitare le stesse nel proseguire il percorso transattivo ed ha disposto l'aggiornamento dell'udienza. Le parti sono state nuovamente convocate dinanzi alla Commissione e nel corso dell'audizione le stesse hanno dichiarato di aver raggiunto e formalizzato un accordo transattivo sulla deferita controversia. L'Autorità ha pertanto proceduto all'archiviazione del contenzioso, ai sensi dell'art. 12, comma 2, del regolamento, mediante l'adozione della delibera n. 22/12/CIR.

L'Autorità ha definito la controversia tra Telecom Italia e Fastweb in materia di *condizioni economiche del servizio di raccolta per l'accesso a numerazioni non geografiche di Telecom Italia*. La fase istruttoria si è conclusa senza che le parti addivenissero ad un accordo risolutivo del contenzioso. Ai fini della definizione della controversia le parti sono state convocate dinanzi alla Commissione e in tale sede le stesse hanno dichiarato di aver raggiunto e formalizzato un accordo transattivo sulla controversia. L'Autorità ha pertanto proceduto all'archiviazione del contenzioso, ai sensi dell'art. 12, comma 2, del regolamento, mediante l'adozione della delibera n. 18/12/CIR.

L'Autorità ha altresì proseguito con l'esame dei profili di merito nell'ambito della controversia tra Telecom Italia e Teletu, per la quale erano state emanate, con delibera n. 124/10/CIR, le misure cautelari richieste da Telecom Italia. Tale provvedimento è stato oggetto di ricorso giurisdizionale in via principale davanti al Tar Lazio in data 10 marzo 2011 da parte della società Teletu. La controversia si è conclusa con il raggiungimento di un accordo transattivo, formalizzatosi davanti all'Autorità con la sottoscrizione del verbale ai sensi dell'articolo 9, comma 4 del regolamento. Teletu ha successivamente comunicato all'Autorità la propria rinunzia al succitato ricorso.

L'Autorità ha altresì proseguito con l'esame dei profili di merito della controversia tra Teletu e Telecom Italia, in materia di procedure per il passaggio degli utenti finali da un operatore di telefonia fissa all'altro. Si fa presente che, nel periodo antecedente il periodo di riferimento della presente Relazione annuale, l'Autorità aveva rigettato la richiesta di Teletu di misure cautelari, per assenza dei presupposti del *fumus boni iuris* e del *periculum in mora*. La controversia si è poi conclusa con il raggiungimento di un accordo, formalizzato davanti all'Autorità, mediante la sottoscrizione di un verbale di avvenuta conciliazione secondo quanto previsto dell'articolo 9, comma 4, del regolamento.

Controversie avviate nel periodo di riferimento

Si illustrano nel seguito i procedimenti avviati nel periodo tra maggio 2011 e aprile 2012.

L'Autorità ha definito il contenzioso tra Fastweb e Telecom Italia, *in materia di condizioni economiche per la fornitura del servizio di raccolta dalla rete mobile di Telecom Italia verso numerazioni non geografiche con addebito al chiamato di Fastweb*, adottando la delibera n. 111/11/CIR. Detta delibera ha disposto che Telecom Italia, a far data dal 25 marzo 2011, applichi nei confronti di Fastweb un prezzo del servizio di raccolta, per tali tipi di chiamate, pari al prezzo di terminazione corrente incrementato di un *mark up* pari a 4,36 eurocent/min. Detto prezzo di terminazione (valore medio nel periodo oggetto della controversia), alla data di avvio della controversia, è stato individuato nella misura di 5,73 eurocent/min, cui corrisponde un prezzo del servizio in oggetto pari a 10,09 eurocent/min.

La società Welcome Italia ha instaurato una controversia in materia di *prezzi di raccolta dalla rete mobile di H3G delle chiamate indirizzate verso le numerazioni non geografiche di Welcome Italia con addebito al chiamato*. La controversia si è conclusa con il raggiungimento di un accordo tra le parti, formalizzatosi con la sottoscrizione del verbale ai sensi dell'articolo 9, comma 4, del regolamento.

Welcome Italia ha avviato un procedimento controversiale anche nei confronti di Telecom Italia, in materia di *condizioni economiche per la raccolta del traffico da rete mobile di Telecom Italia delle chiamate indirizzate verso le numerazioni non geografiche con addebito al chiamato*. La controversia si è conclusa con la sottoscrizione di un verbale di conciliazione ai sensi dell'art. 9, comma 4 del regolamento.

Welcome Italia ha instaurato un ulteriore procedimento nei confronti di Wind, in materia di *prezzi di raccolta dalla rete mobile di Wind delle chiamate indirizzate verso le numerazioni con addebito al chiamato*, che anche in questo caso si è concluso con la sottoscrizione di un verbale di conciliazione ai sensi dell'art. 9, comma 4, del regolamento.

Welcome Italia ha presentato istanza nei confronti di Vodafone in materia di prezzi della *raccolta da rete mobile di Vodafone delle chiamate indirizzate verso numerazioni non geografiche di Welcome, con addebito al chiamato*. La controversia si è conclusa con la stesura di un verbale ai sensi dell'articolo 9, comma 4, del regolamento per aver raggiunto un accordo.

Telecom Italia ha presentato istanza nei confronti della società Okcom in materia di *traffico anomalo su numerazioni geografiche*. Il procedimento è in corso così come la valutazione da parte dell'Autorità in merito alla richiesta di archiviazione della controversia formulata da Okcom, ai sensi dell'art. 3, comma 4, del regolamento, in quanto avente, in quota parte, il medesimo *petitum* del procedimento arbitrale già definitosi tra le stesse parti con l'emanazione di un lodo arbitrale.

L'Autorità ha avviato l'esame dela controversia tra Fastweb e Vodafone in materia di condizioni economiche per la fornitura del servizio di *raccolta del traffico dalla rete mobile di Vodafone verso numerazioni non geografiche con addebito al chiamato di Fastweb*. Dopo aver constatato l'impossibilità a intraprendere un percorso negoziale ed espletata la fase istruttoria, le parti sono state convocate per l'udienza innanzi l'Organo collegiale. Davanti la Commissione per le infrastrutture e le reti, le società hanno dichiarato di aver trovato una soluzione transattiva della controversia in oggetto e, pertanto, si è proceduto con l'adozione della delibera n. 17/12/CIR con la quale si è disposta l'archiviazione della controversia per sopravvenuta improcedibilità, ai sensi dell'articolo 12 del regolamento.

People&Communication ha presentato istanza nei confronti di Fastweb in materia di fornitura del *servizio SDH in fibra ottica e di collegamenti diretti* ai clienti di People&Communication. La controversia si è conclusa con determina direttoriale n. 2/11/DIR, ai sensi dell'articolo 12, comma 2, del regolamento, con la quale è stata disposta l'archiviazione del procedimento a seguito di rinuncia da parte di People&Communication.

BT Italia ha instaurato nei confronti di Telecom Italia una controversia in materia di condizioni economiche applicate da Telecom Italia a BT Italia per la fornitura di *circuiti ISDN di back-up*. Le società hanno comunicato di aver raggiunto un accordo e, secondo quanto previsto dall'articolo 9, comma 4, del regolamento, il procedimento si è concluso con la sottoscrizione di un verbale di avvenuta conciliazione.

Vodafone ha instaurato una controversia nei confronti di Fastweb inerente le procedure di migrazione degli utenti finali da Fastweb a Vodafone, con contestuale richiesta di misure cautelari da parte di Vodafone. L'Autorità ha archiviato detto procedimento contenzioso, con delibera n. 1/12/CIR, in ragione del fatto che Fastweb ha rimesso, in parte, la cognizione della controversia medesima al giudice civile. La controversia in esame è divenuta pertanto improcedibile ai sensi del regolamento.

L'Autorità ha avviato una controversia tra la società Siportal e Telecom Italia, in materia di *contributi di attivazione del servizio bitstream*. Il procedimento è tuttora in corso in quanto le parti hanno manifestato l'intenzione di raggiungere una soluzione di natura negoziale.

Telecom Italia ha richiesto all'Autorità di avviare un procedimento per la risoluzione di una controversia nei confronti di Teletu in materia di contributo permute presso gli armadi ripartilinea. Il procedimento è in corso in quanto le parti hanno manifestato l'intenzione di raggiungere una soluzione di tipo negoziale.

Telecom Italia ha presentato istanza nei confronti di Teletu per la risoluzione di una controversia in materia di interventi di manutenzione a vuoto. Il procedimento è tut-

tora in corso in quanto le parti hanno manifestato l'intenzione di raggiungere una soluzione di tipo negoziale.

Telecom Italia ha instaurato una controversia nei confronti di Teletu in materia di calcolo delle penali per ritardata attivazione del servizio di *Wholesale Line Rental.* Il procedimento è attualmente in corso in quanto le parti hanno manifestato all'Autorità la propria intenzione di intraprendere un percorso di natura conciliativa.

L'Autorità ha avviato altresì il procedimento per la risoluzione della controversia tra Teleunit e Telecom Italia in materia di *contributi di attivazione ADSL*. La fase istruttoria è terminata senza che le parti addivenissero a un accordo transattivo del contenzioso in essere. Pertanto, ai sensi del Regolamento, gli atti del procedimento sono stati trasmessi alla Commissione per le infrastrutture e le reti, ai fini dell'adozione di una decisione ai sensi del Regolamento. Le parti, nel corso dell'audizione del 29 marzo 2012 dinanzi la Commissione per le infrastrutture e le reti, hanno richiesto ulteriore termine per poter individuare una soluzione transattiva del contenzioso. A seguito di comunicazione di raggiungimento di un accordo transattivo, l'Autorità ha pertanto proceduto all'archiviazione del contenzioso, ai sensi dell'art. 12, comma 2 del regolamento, mediante l'adozione della delibera n. 53/12/CIR.

La società Eutelia ha instaurato una controversia nei confronti di Telecom Italia in materia di *contributi di attivazione ADSL*. Il procedimento è in corso, in quanto le parti hanno manifestato l'intenzione di raggiungere una soluzione di tipo negoziale.

È altresì in corso la controversia tra Fastweb e H3G, in materia di *condizioni economiche per la fornitura del servizio di raccolta del traffico dalla rete mobile H3G verso numerazioni non geografiche attive su rete Fastweb*. Anche in questo caso, le parti, ritualmente convocate per la prima udienza di merito, hanno richiesto all'Autorità termine per poter individuare una possibile soluzione bonaria del contenzioso in essere.

Con riferimento alla controversia tra Infracom Italia e Telecom Italia, in materia di *servizi di interconnessione di terminazione del traffico generato da clienti di Telecom Italia verso le numerazioni geografiche di Infracom Italia*, a margine dell'istruttoria procedimentale le parti hanno intrapreso un percorso conciliativo del contenzioso in essere. Le società hanno successivamente comunicato di aver raggiunto un accordo e, secondo quanto previsto dall'articolo 9, comma 4, del regolamento, il procedimento si è concluso con la sottoscrizione di un verbale di avvenuta conciliazione.

La società KPNQWest ha promosso una controversia nei confronti di Telecom Italia, in materia di *contributi di attivazione del servizio bitstream*. Il procedimento risulta tuttora in corso poiché anche in questo caso le parti hanno manifestato l'intenzione di pervenire a una soluzione bonaria della controversia.

People&Communication ha presentato istanza nei confronti di Fastweb in materia di *accesso e interconnessione alla rete di Fastweb* e, specificatamente, per la fornitura di fibra ottica spenta. Il procedimento è in corso con la valutazione da parte dell'Autorità della richiesta di archiviazione per improcedibilità, ai sensi dell'articolo 12 del regolamento, formulata da Fastweb.

People&Communication ha presentato istanza nei confronti di Fastweb in materia di *accesso e interconnessione alla rete di Fastweb* per l'interruzione e la disconnessione dei servizi forniti da parte di Fastweb a People&Communication. Anche in questo caso l'Autorità sta valutando la richiesta di archiviazione, per improcedibilità ai sensi dell'articolo 12 del regolamento, formulata da Fastweb.

Acantho ha instaurato nei confronti di Telecom Italia una controversia con contestuale richiesta di misure cautelari in materia di *inadempimento di prescrizioni contrattuali e regolamentari in materia di interconnessione alla rete di Telecom Italia*. L'Autorità, svolti gli adempimenti previsti dall'articolo 4 del regolamento, ha preso atto nel corso del procedimento della rinuncia da parte della società istante alla propria richiesta di misure cautelari. L'attività è in corso per l'esame dei profili di merito.

L'Autorità ha avviato la controversia tra Teletu e Fastweb, in materia di *procedure di migrazione di utenza rete fissa.* A margine della prima udienza di merito Fastweb ha richiesto all'Autorità di archiviare il procedimento contenzioso in quanto Teletu avrebbe promosso, per la medesima materia, un ricorso al Tribunale civile. Il procedimento, pertanto, risulta ancora in corso anche in relazione alla valutazione della sussistenza degli estremi dell'archiviazione richiesta.

Telecom Italia ha inoltre promosso un'istanza nei confronti di H3G in materia di *condizioni economiche per la fornitura del servizio di raccolta del traffico dalla rete mobile di H3G* verso numerazioni non geografiche con addebito al chiamato di Telecom Italia. Il procedimento è in corso e le parti hanno manifestato all'Autorità la propria intenzione di intraprendere un percorso conciliativo.

L'Autorità ha avviato il procedimento tra Telecom Italia e Vodafone in merito alle condizioni economiche per la fornitura del servizio di *raccolta del traffico dalla propria rete mobile verso numerazioni non geografiche con addebito al chiamato di Telecom Italia*. Le parti sono state convocate in audizione e il procedimento è in corso.

Vodafone ha promosso l'avvio di una controversia, che riguarda congiuntamente Telecom Italia e Tiscali, inerente una vicenda che si sviluppa intorno al tema del *servizio di raccolta originato da rete mobile di Vodafone diretto verso numerazioni non geografiche, con addebito al chiamato, in assegnazione a Tiscali, con transito su rete Telecom Italia*. Vodafone ha chiesto l'intervento dell'Autorità per indurre Tiscali a pagare il *quantum* dovuto in base alle tariffe dalla stessa fissate e Telecom Italia a riprendere la fatturazione di detti servizi. L'Autorità, nella rituale prima udienza di comparizione, ha invitato le parti alla verifica di possibili margini conciliativi restando in attesa di aggiornamenti.

BT Italia ha promosso un'istanza nei confronti di Vodafone in materia di condizioni economiche per la fornitura del *servizio di raccolta del traffico dalla rete mobile verso numerazioni non geografiche con addebito al chiamato di BT Italia*. Il procedimento è in corso e le parti sono state convocate, a breve termine, presso gli uffici dell'Autorità per l'audizione di rito.

BT Italia ha inoltre promosso un'istanza nei confronti di Wind in materia di condizioni economiche per la fornitura del *servizio di raccolta dalla rete mobile di Wind verso numerazioni non geografiche con addebito al chiamato di BT Italia*. Il procedimento è in corso e le parti stanno valutando la possibilità di intraprendere un percorso conciliativo.

BT Italia ha promosso un'istanza nei confronti di H3G in materia di *condizioni economiche per la fornitura del servizio di raccolta del traffico dalla rete mobile di H3G verso numerazioni non geografiche con addebito al chiamato di BT Italia*. Il procedimento è in corso e le parti stanno valutando la possibilità di intraprendere un percorso conciliativo.

La società Eminus ha avviato una controversia nei confronti di Telecom Italia in relazione al *servizio di segretariato evoluto*. Le parti si sono incontrate per la prima audizione di merito presso gli uffici dell'Autorità.

Nella Tabella 3.1 è riportato l'elenco delle controversie, con il relativo stato, condotte nel periodo aprile 2011-aprile 201.

Tabella 3.1. *Controversie tra operatori di comunicazione elettronica (1° aprile 2011 - 30 aprile 2012)*

Data Arrivo	Istante	Controparte	Oggetto	Stato
1/04/11	Fastweb	Telecom Italia	Servizio di raccolta da rete mobile di Telecom Italia	Adottata delibera n. 111/11/CIR
16/05/11	Welcome Italia	H3G	Servizio di raccolta da rete mobile H3G	Conclusa per conciliazione ai sensi dell'art. 9, comma 4, del regolamento
16/05/11	Welcome Italia	Telecom Italia	Servizio di raccolta da rete mobile Telecom Italia	Conclusa per conciliazione ai sensi dell'art. 9, comma 4, del regolamento
16/05/11	Welcome Italia	Wind	Servizio di raccolta da rete mobile Wind	Conclusa per conciliazione ai sensi dell'art. 9, comma 4, del regolamento
17/05/11	Welcome Italia	Vodafone	Servizio di raccolta da rete mobile Vodafone	Conclusa per conciliazione ai sensi dell'art. 9, comma 4, del regolamento
28/06/11	Telecom Italia	Okcom	Servizio di terminazione inversa su rete Okcom	In corso
12/07/11	Fastweb	Vodafone	Servizio di raccolta da rete mobile Vodafone	Archiviata con delibera n. 17/12/CIR
20/07/11	People&Communication	Fastweb	Servizio SDH in fibra ottica e collegamenti diretti	Archiviata con determina n. 2/11/DIR
4/08/11	BT Italia	Telecom Italia	Servizio di linee di *back up ISDN*	Conclusa per conciliazione ai sensi dell'art. 9, comma 4 del regolamento
5/07/11	Vodafone	Fastweb	Procedure di migrazione clienti da Fastweb a Vodafone	Archiviata con delibera n. 1/12/DIR
5/08/11	Siportal	Telecom Italia	Contributi di attivazione *bitstream*	In corso

20/09/11	Telecom Italia	Teletu	Contributo permute armadi ripartilinea	In corso
26/09/11	Telecom Italia	Teletu	Interventi di manutenzione a vuoto	In corso
28/09/11	Telecom Italia	Teletu	Penali su servizi WLR	In corso
28/09/11	Teleunit	Telecom Italia	Contributi di attivazione *bitstream*	Archiviata con delibera di n. 53/12/CIR
17/10/11	Eutelia	Telecom Italia	Contributi di attivazione *bitstream*	In corso
8/11/11	Fastweb	H3G	Servizio di raccolta da rete mobile H3G	In corso
18/11/11	Infracom Italia	Telecom Italia	Terminazione traffico su rete Infracom	Conclusa per conciliazione ai sensi dell'art. 9, comma 4, del regolamento
21/12/11	KPNQWest	Telecom Italia	Contributi di attivazione *bitstream*	In corso
29/12/11	People&Communication	Fastweb Italia	Fornitura fibra ottica spenta	In corso
2/01/12	People&Communication	Fastweb	Interruzione di servizio di connettività	In corso
12/01/12	Acantho	Telecom Italia	Traffico fraudolento	Ritiro istanza cautelare In corso
8/02/12	Teletu	Fastweb	Procedure di migrazione utenza rete fissa	In corso
15/02/12	Telecom Italia	H3G	Servizio raccolta traffico da rete mobile H3G	In corso
15/02/12	Telecom Italia	Vodafone	Servizio raccolta traffico da rete mobile Vodafone	In corso
15/02/12	Vodafone	Tiscali/Telecom Italia	Servizio di raccolta da rete mobile Vodafone in transito su rete Telecom	In corso

7/03/12	BT Italia	Vodafone	Servizio di raccolta da rete mobile Vodafone	In corso
7/03/12	BT Italia	Wind	Servizio di raccolta da rete mobile Wind	In corso
7/03/12	BT Italia	H3G	Servizio di raccolta da rete mobile H3G	In corso
11/03/12	Eminus	Telecom Italia	Servizio di segreteria evoluta	In corso

Fonte: Autorità

La gestione delle controversie nell'accesso alle piattaforme televisive

Nell'ambito delle attività relative alla definizione delle controversie in materia di accesso alla piattaforma satellitare, così come individuate dalla delibera dell'Autorità n. 334/03/CONS di attuazione della decisione della Commissione europea COMP/M.2876 del 2 aprile 2003 (Newscorp/Telepiù) e regolate dalla delibera n. 352/08/CONS, è stata istruita, per la decisione da parte del Consiglio, la controversia tra Digital World Television e Sky Italia. Tale contenzioso ha riguardato il tema della fornitura del servizio di fatturazione, da parte di Sky Italia, ai clienti finali di Digital World Television, che fruiscono dei servizi di Digital World Television su piattaforma Sky, oltre ad essere abbonati ai servizi Sky Italia. Nell'ambito di tale procedimento è stata svolta la fase istruttoria inerente la valutazione della richiesta, avanzata da Digital World Television, di un provvedimento cautelare atto ad assicurare gli effetti interinali della decisione finale. Tale richiesta è stata respinta dagli Uffici. Conclusa la fase istruttoria gli atti sono stati trasmessi al Consiglio che ha convocato le parti in audizione in data 20 aprile 2012. In pari data, l'Autorità ha definito la controversia, con la delibera n. 192/12/CONS, dichiarando inammissibile l'istanza di Digital World Television.

3.1.4. I procedimenti sanzionatori nei confronti degli operatori di comunicazione elettronica

Negli ultimi dodici mesi le linee di intervento dell'Autorità, sotto il profilo sanzionatorio in materia di reti di comunicazione elettronica, si sono articolate secondo due direttrici:

a. lo svolgimento di attività di verifica in merito alla corretta esecuzione degli impegni assunti in precedenti anni (2008-2010) e concluse con provvedimenti di approvazione, sospensione e archiviazione dei relativi procedimenti sanzionatori;

b. l'esecuzione di attività istruttorie (accertamento e contestazione) su ipotesi di violazione della normativa in materia di comunicazione elettronica, ai sensi dell'art. 4 della delibera n. 136/06/CONS e successive modifiche ed integrazioni.

Verifica degli impegni

Le attività di verifica degli impegni hanno riguardato distinti procedimenti sanzionatori che, per comodità espositiva, possono confluire in tre gruppi.

In un primo gruppo (contestazioni nn. 4/07/DIR, 1/08/DIR e 2/08/DIR) convergono i procedimenti riguardanti la violazione da parte di Telecom Italia s.p.a. della normativa in materia di parità di trattamento e di modalità di attivazione e disattivazione dei servizi di CPS (*Carrier preselection*) e ADSL (*Asymmetric Digital Subscriber Line)* sospesi, in seguito all'approvazione dei rispettivi impegni, con la delibera n. 718/08/CONS.

Per tale gruppo di impegni, l'Autorità ha svolto un'attività finalizzata alla verifica tanto della corretta esecuzione quanto del mantenimento della cessazione della condotta contestata con i procedimenti nn. 4/07/DIR, 1/08/DIR e 2/08/DIR, avvalendosi anche delle risultanze delle attività svolte dall'Organo di Vigilanza e del Gruppo di Monitoraggio degli Impegni (GMI).

Con riferimento a tutti e tre i procedimenti sanzionatori in esame, l'Organo di Vigilanza e il GMI hanno espresso una valutazione positiva in ordine alle condotte tenute da Telecom Italia con riguardo agli Impegni, riscontrandone la corretta attuazione.

Acquisiti gli esiti delle valutazioni dell'Organo di Vigilanza e del GMI, gli Uffici dell'Autorità hanno comunque svolto ulteriori approfondimenti. A tale riguardo sono state formulate a Telecom Italia specifiche richieste di informazioni, con l'intento di verificare, anche con evidenze documentali, la cessazione delle condotte contestate e il corretto adempimento degli impegni assunti con la delibera n. 718/08/CONS. Sotto altro versante, gli Uffici hanno effettuato verifiche incrociate a livello *wholesale* e *retail*, al fine di trovare definitiva conferma dell'assenza di denunce relative a rifiuti (KO) da parte di Telecom Italia con la causale "ADSL già attiva" nei confronti di utenze la cui attivazione ADSL sia avvenuta senza la richiesta del cliente e dell'assenza di denunce di disattivazioni della CPS "asincrone" in cui, dopo il KO di un operatore, Telecom Italia provveda a disattivare la CPS senza procedere a una seconda prenotifica, come richiesta dalla normativa di settore.

Tali approfondimenti sono stati in grado di provare che:

a) i tecnici di rete non svolgono più alcuna attività di vendita ai clienti finali, con ciò garantendo un sufficiente grado di separazione tra le unità organizzative preposte alla gestione della rete fissa da quelle preposte alla vendita dei servizi finali, ai sensi dell'articolo 2 della delibera n. 152/02/CONS e dell'articolo 8 della delibera n. 4/06/CONS;

b) la nuova procedura di passaggio dei clienti con sovrascrittura, adottata dalla società in applicazione delle nuove procedure di migrazione, rende impossibile la generazione di un rifiuto per "ADSL già attiva", mentre le nuove metodologie di contabilità separata in materia di *transfer charge* previste dalla delibera n. 731/09/CONS, che garantiscono la conformità delle misure organizzative di Telecom Italia a quanto previsto dal Gruppo di Impegni n. 8, sono idonee ad assicurare, sul piano della separazione amministrativa e contabile e della trasparenza, la parità di trattamento interna-esterna tra operatori;

c) il processo di disattivazione della prestazione della CPS è stato effettivamente e tempestivamente modificato in quanto esso viene terminato nel momento in cui l'operatore comunichi una dichiarazione di "*KO per ripensamento dell'utente*", anche

nel caso in cui sia successivamente segnalata una diversa volontà dell'utente stesso da parte delle funzioni commerciali di Telecom Italia.

A tale riguardo, l'Autorità ha preso atto delle risultanze delle istruttorie e ha archiviato i tre citati procedimenti sanzionatori con delibera n. 600/11/CONS.

Nell'ambito dell'ultimo anno, l'Autorità ha altresì svolto l'attività di monitoraggio inerente un secondo gruppo di impegni, che è stato approvato e reso obbligatorio, con contestuale sospensione dei procedimenti sanzionatori, con le delibere nn. 533/09/CONS, 187/10/CONS e 186/10/CONS. Tali impegni sono stati presentati dalle società Wind, Telecom e Vodafone nell'ambito di procedimenti sanzionatori inerenti la tematica della MNP.

L'attività in questione si è esplicata con riunioni bimestrali e con verifiche periodiche sui *report* mensili contenenti gli andamenti delle causali di rifiuto e di scarto.

Si richiama in proposito che alle società Wind (contestazioni 8/08/DIR) e Vodafone (contestazioni 2/09/DIR, 5/09/DIR e 9/09/DIR) era stata contestata la violazione dell'articolo 4, comma 9, della delibera n. 19/01/CIR avendo, a seguito della ricezione di richieste di *mobile number portability* di propri clienti inoltrate da un operatore *recipient*, utilizzato a fini commerciali e promozionali i relativi dati comunicati. Alla società Telecom è invece stato addebitato l'illegittimo annullamento di richieste di portabilità inoltrate dall'operatore *recipient*, in violazione dell'articolo 5, comma 17, della delibera n. 78/08/CIR (contestazioni 6 e 8 del 2009).

Le citate delibere hanno previsto anche la creazione di tre distinte unità di monitoraggio incaricate di vigilare sulla corretta esecuzione degli impegni, oltre che di controllare che non vi siano scambi tra divisioni aziendali dei dati relativi ai clienti che abbiano fatto richiesta di MNP, per finalità di *retention* o per qualsiasi altra attività promozionale e/o commerciale finalizzata all'annullamento della richiesta di MNP, nonché di verificare se vi siano doglianze di operatori *recipient* in materia di MNP. Le predette unità, i cui lavori sono previsti per 3 anni a far data dall'approvazione degli impegni, sono state regolarmente costituite (un componente è stato nominato dall'Autorità e due membri sono stati designati dalle società).

Un terzo gruppo di impegni riguarda i procedimenti sanzionatori avviati nei confronti di Fastweb s.p.a. e Wind Telecomunicazioni s.p.a. (contestazioni nn. 7/09/DIR e 10/09/DIR) per avere le stesse, con comportamenti sostanzialmente analoghi, utilizzato nel processo di migrazione su rete fissa codici identificativi multipli (trattasi dell'identificativo dell'operatore *donating* contenuto nel codice di migrazione) in luogo dell'unico identificativo individuato dall'Autorità e previsto dall'accordo-quadro tra operatori. Entrambi i procedimenti sono stati sospesi, rispettivamente, con le delibere nn. 263/10/CONS e 308/10/CONS, poiché il Consiglio ha ritenuto meritevoli di accoglimento le proposte di impegni presentate dalle indicate società.

Le proposte di impegni approvate con i citati provvedimenti deliberativi contengono essenzialmente interventi idonei a migliorare la *performance* della migrazione, rispetto a quanto previsto dall'art. 18 della delibera n. 274/07/CONS, come modificato dalla delibera n. 41/09/CIR. In particolare, sia Fastweb che Wind si sono impegnate a modificare i propri sistemi informatici in modo da poter comunicare all'operatore *recipient*, entro tre giorni lavorativi dalla data di sottomissione della relativa richiesta di migrazione, i rifiuti (KO) con causale "codice di migrazione errato" e "codice segreto errato", in luogo dei cinque giorni lavorativi previsti dalla normativa di settore. Inoltre, la società si è impegnata a rilasciare il codice di migrazione contestualmente alla richiesta da parte del cliente via *call-center*.

Ai fini del controllo e della verifica di corretta ed effettiva attuazione di ciascun gruppo di impegni sono stati svolti, nell'ultimo anno, approfondimenti istruttori per verifcare la situazione dal profilo della tutela del consumatore ed ha, altresì, chiesto direttamente a Fastweb e a Wind l'invio mensile di *report,* corredati da un elenco dettagliato, dal quale sia possibile controllare analiticamente, per ciascuna richiesta di migrazione, il rispetto della tempistica sui KO "a tempi ridotti", in ottemperanza agli impegni assunti.

Nuove attività di accertamento e contestazione

Nel corso dell'anno l'Autorità ha inoltre avviato attività di accertamento e consequenziale contestazione (procedimenti n. 1/11/DIR e n. 2/11/DIR) nei confronti di Telecom Italia e Vodafone, con esiti sanzionatori per entrambi.

Il Consiglio ha infatti ingiunto all'uno e all'altro, rispettivamente con delibera n. 504/11/CONS e delibera n. 545/11/CONS, il pagamento di sanzioni pecuniarie di 750.000 euro in entrambi i casi, in quanto, con comportamenti illegittimi sostanzialmente analoghi, sia Vodafone che Telecom Italia hanno violato diverse norme del Piano nazionale di numerazione, contravvenendo alle disposizioni che regolano l'utilizzo della decade "4" e, in particolare, le sotto- decadi 40, 41 e 42 destinate in via esclusiva ai servizi interni di rete.

L'agire illegittimo delle indicate società è stato caratterizzato, infatti, dall'adozione di strategie aziendali basate sulla cessione in uso delle risorse di numerazione, destinate al solo uso interno degli operatori di rete assegnatari, a soggetti terzi non operatori di rete che, a loro volta, snaturandone la prescritta funzione "interna alla rete", le hanno impiegate per l'invio massivo di messaggistica aziendale mobile diretta all'indifferenziata platea della propria clientela finale. La sottrazione di siffatte risorse al loro regolamentare uso ha generato, surrettiziamente, anche una violazione delle regole concorrenziali poiché, non essendo raggiungibili da altri operatori e dunque non portabili, scoraggiano di fatto il trasferimento dei servizi attivati su tali numerazioni presso altri soggetti concorrenti. Sia Vodafone che Telecom hanno, nel corso delle attività istruttorie, presentato un programma di impegni di analogo contenuto e sostanzialmente basato su una richiesta di proroga finalizzata a consentire, ad entrambe, il trasferimento dei servizi venduti e attivati a vantaggio di terzi su numerazioni appropriate. L'Autorità, però, non ha ritenuto meritevoli di accoglimento le misure prospettate valutandole dilatorie e carenti di *input* migliorativi della concorrenza, soprattutto in considerazione del fatto che i soggetti terzi, con i quali gli operatori hanno negoziato l'uso improprio delle risorse in esame, appartengono al segmento di clienti cosiddetti pregiati, trattandosi di strutture di ingenti dimensioni, quali ad esempio, banche, enti pubblici, grandi aziende con le quali i due operatori hanno inteso privilegiare il rapporto commerciale a discapito delle norme regolamentari. L'enfatizzazione della vicenda negoziale e le esigenze di tale tipologia di clienti ha, infatti, rappresentato la base più significativa delle argomentazioni a sostegno dei rispettivi comportamenti societari, rivelando l'intento violativo a beneficio della fidelizzazione di acquirenti molto remunerativi.

Nel periodo considerato l'Autorità ha intrapreso, inoltre, una serie di attività preistruttorie che hanno condotto all'adozione di un procedimento sanzionatorio avviato a carico di Telecom Italia s.p.a. (con la contestazione n. 3/11/DIR), per la violazione delle procedure di portabilità del numero su rete fissa per numeri geografici di cui all'ar-

ticolo 5 della delibera n. 35/10/CIR, con particolare riferimento alla mancata gestione degli ordinativi di *number portability* (NP) afferenti a GNR (gruppo a numerazione ridotta) espressi nel tracciato *record* come radicali, nonché alla non conformità dei sistemi della società ad alcune specifiche tecniche delle procedure di NP pura.

Nel corso del procedimento sanzionatorio la società ha avanzato una proposta di impegni, nel seguito modificata ad esito delle osservazioni degli operatori nell'ambito della consultazione pubblica avviata dopo una prima presa d'atto del Consiglio di non inammissibilità degli impegni, ai sensi dell'articolo 12-*bis*, comma 4, della delibera n. 136/06/CONS.

Quale condizione preliminare per l'approvazione della proposta di impegni, l'Autorità ha accertato la previa cessazione della condotta contestata. Tale particolarmente complessa attività di accertamento si è resa necessaria anche per riscontrare alcune segnalazioni provenienti dalle società Wind Telecomunicazioni s.p.a., Fastweb s.p.a. e Vodafone Omnitel n.v. e relative a presunte violazioni della normativa verificatesi in data successiva alla presentazione della proposta di impegni.

La proposta di impegni di Telecom Italia è stata, infine, giudicata dall'Autorità idonea a migliorare le condizioni della concorrenza rimuovendo le conseguenze anticompetitive dell'illecito attraverso idonee e stabili misure, ai sensi dell'articolo 12-*ter* della delibera n. 136/06/CONS e, con delibera n. 110/12/CONS, essa è stata approvata, con conseguente sospensione del procedimento sanzionatorio n. 3/11/DIR.

A seguito di attività di verifica, svolte in esito alla ricezione di segnalazioni da parte di alcuni operatori, è stato, infine, notificato a Fastweb s.p.a. l'avvio di un procedimento sanzionatorio (contestazione n. 1/12/DIR) per la violazione delle disposizioni di cui alle delibere nn. 274/07/CONS, 1/09/CIR e n. 96/10/CIR. In particolare, è emerso che la società, nel corso dei contatti con clienti, avrebbe utilizzato i dati contenuti nella richiesta di migrazione per fini diversi dalla corretta conclusione del passaggio, allo scopo di svolgere attività di promozione commerciale con finalità di *retention* e, inoltre, avrebbe proceduto allo scarto illegittimo di ordinativi di migrazione.

Nel corso del procedimento sanzionatorio la società ha avanzato una proposta di impegni, giudicata, in base ad una preliminare analisi, non inidonea ad arrecare vantaggi competitivi per il mercato. La proposta è stata, pertanto, pubblicata sul sito *web* dell'Autorità ed, attualmente, è in corso la consultazione pubblica, ai sensi dell'articolo 12-*bis*, comma 6, della delibera n. 136/06/CONS.

Anche in tal caso, quale condizione preliminare per l'approvazione della proposta di impegni, l'Autorità ha accertato, anche attraverso lo svolgimento di attività ispettive, la previa cessazione della condotta contestata.

3.2. I servizi media

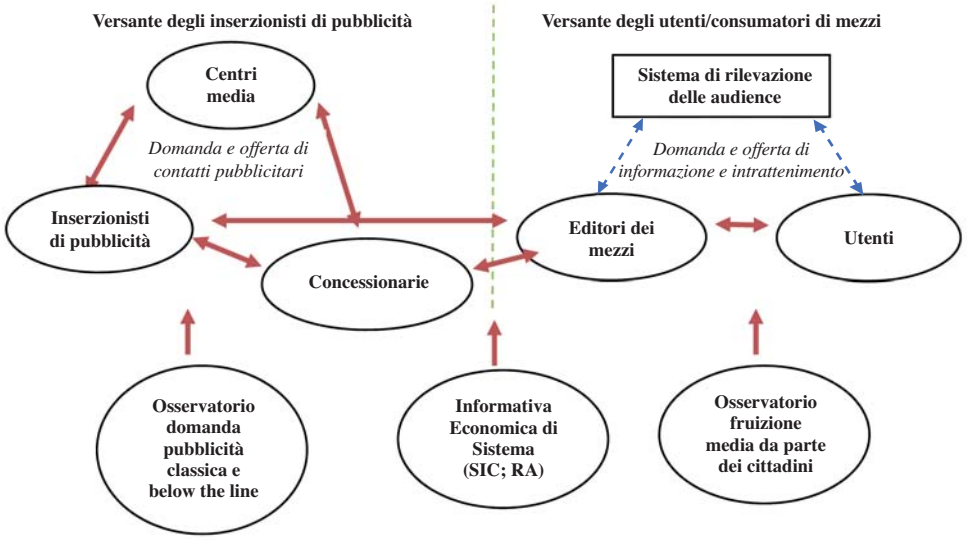
3.2.1. Le analisi dei mercati

È compito dell'Autorità analizzare i mercati che compongono il settore delle comunicazioni, con particolare riferimento ai diversi mezzi di comunicazione.

I mezzi di comunicazione si configurano come mercati distinti, ma collegati, caratterizzati da una struttura a due versanti. Nel primo versante, i consumatori soddisfano attraverso il mezzo le proprie esigenze di informazione, comunicazione e intrattenimento. Nel secondo, gli inserzionisti di pubblicità domandano spazi pubblicitari all'editore del mezzo per promuovere i propri prodotti/servizi presso i consumatori in cambio di un numero di contatti pubblicitari realizzati dal mezzo stesso. Il mezzo di comunicazione gestito da un editore (di quotidiani, periodici), da un'emittente radiotelevisiva e/o da un sito internet rappresenta, pertanto, l'elemento di congiunzione che consente di soddisfare la domanda dei due gruppi di consumatori: i fruitori del mezzo, da un lato, gli inserzionisti di pubblicità, dall'altro.

L'Autorità ha sviluppato una serie di strumenti per l'analisi dei mercati media, che tengono conto di questa peculiare struttura.

Figura 3.6. *Mezzi di comunicazione come sistema a due versanti*



Fonte: Autorità

Il primo di tali strumenti è rappresentato dall'Informativa economica di sistema (IES) (vedi *infra* par. 3.2.1.2). La IES è un sistema di valorizzazione e analisi dei mercati media alimentato annualmente dalle comunicazioni cui sono obbligati tutti gli editori di quotidiani e periodici, le emittenti radiotelevisive, gli editori di siti di editoria elettronica e di servizi media audiovisivi, nonché le concessionarie che raccolgono pubblicità su tali mezzi. L'Informativa economica di sistema riguarda, pertanto, l'offerta di pubblicità e di prodotti e servizi nei due versanti dei mercati media e contiene i dati anagrafici, economici e in volume sull'attività svolta dagli operatori interessati.

La domanda nei due versanti è invece monitorata attraverso due Osservatori: l'Osservatorio permanente sulla domanda di pubblicità classica e di *below the line* da parte degli inserzionisti, e l'Osservatorio sulla domanda e sull'accesso ai mezzi di comunicazione da parte dei consumatori. In particolare, l'Osservatorio sulla domanda di pubblicità è stato costituito dall'Autorità al fine di analizzare la domanda di pubblicità classica e delle altre forme di comunicazione (cd. *below the line*). L'Osservatorio si basa su un'analisi campionaria, svolta, in collaborazione con AssoComunicazione e UPA, su 1.500 inserzionisti di pubblicità, nazionali e locali. Tale analisi permette di investigare le dinamiche della domanda di pubblicità anche con riferimento alle forme più innovative (quelle su internet in particolare). L'indagine consente di svolgere inoltre alcune attività istituzionali, come la valorizzazione di aree economiche del Sistema integrato delle comunicazioni (vedi *infra* par. 3.2.1.1.), in particolare, le attività del *below the line*, che non sono monitorate né attraverso strumenti dell'Autorità (gli operatori del *below the line* non rientrano tra i soggetti obbligati alla comunicazione alla IES), né da altre fonti esterne. Inoltre, l'Osservatorio viene utilizzato per attività di indagine *ad hoc*, quale quella attualmente in corso relativa al settore della raccolta pubblicitaria avviata dall'Autorità con delibera n. 402/10/CONS. La prima edizione dell'Osservatorio sarà conclusa a breve.

L'Osservatorio sui mezzi di comunicazione è a sua volta finalizzato a monitorare l'accesso ai media e alle fonti di informazione da parte dei cittadini italiani. La prima edizione dell'Osservatorio è stata condotta nel 2010 nell'ambito dell'analisi dei mercati rilevanti del Sistema integrato delle comunicazioni. In quella edizione, si è proceduto ad analizzare le abitudini di accesso e di consumo dei media di un campione di oltre 7.000 cittadini italiani con più di 14 anni (v. allegato B alla delibera n. 555/10/CONS per una descrizione della metodologia). La prossima edizione è prevista per l'anno in corso.

L'insieme di questi strumenti consente dunque all'Autorità di valorizzare annualmente l'intero Sistema integrato delle comunicazioni e di analizzare i mercati che lo compongono nell'ambito della Relazione Annuale, nonché attraverso indagini *ad hoc*, come quella in corso relativa al settore della raccolta pubblicitaria sopra menzionata.

3.2.1.1. Il Sistema integrato delle comunicazioni e i singoli mercati che lo compongono

L'articolo 2, comma 1, lett. s) del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 (Testo unico della radiotelevisione), come riformato dal decreto legislativo 15 marzo 2010 n. 44 (decreto Romani) – che ne ha, tra l'altro, modificato la denominazione in Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (TUSMAR) – definisce il Sistema integrato delle comunicazioni (SIC) come "*il settore economico che comprende le seguenti atti-*

vità: stampa quotidiana e periodica; editoria annuaristica ed elettronica anche per il tramite di Internet; radio e servizi di media audiovisivi; cinema; pubblicità esterna; iniziative di comunicazione di prodotti e servizi; sponsorizzazioni". Le competenze dell'Autorità nell'ambito del SIC sono dettate dall'articolo 43 del TUSMAR. In particolare, la norma recita, al comma 9, che "*[f]ermo restando il divieto di costituzione di posizioni dominanti nei singoli mercati che compongono il sistema integrato delle comunicazioni, i soggetti tenuti all'iscrizione nel registro degli operatori di comunicazione costituito ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera a), numero 5), della legge 31 luglio 1997, n. 249, non possono né direttamente, né attraverso soggetti controllati o collegati ai sensi dei commi 14 e 15, conseguire ricavi superiori al 20 per cento dei ricavi complessivi del sistema integrato delle comunicazioni.*"

La necessità di verificare il rispetto del suddetto limite del 20% impone all'Autorità di procedere annualmente alla valorizzazione economica del Sistema integrato delle comunicazioni. Conseguentemente, l'Autorità, con delibera n. 677/11/CONS, ha avviato un procedimento istruttorio avente ad oggetto la valutazione delle dimensioni economiche del Sistema integrato delle comunicazioni per l'anno 2010 e la verifica dell'osservanza del limite del 20% di cui all'art. 43, comma 9, del TUSMAR. Alla luce della disposizione sopra richiamata, l'Autorità dovrà pertanto verificare che nessun soggetto, direttamente o attraverso soggetti controllati o collegati, consegua ricavi superiori al 20% dei ricavi complessivi del SIC.

Con riferimento ai singoli mercati che compongono il Sistema integrato delle comunicazioni, l'Autorità ha provveduto a individuarli e analizzarli con delibera n. 555/10/CONS, nell'ambito della quale l'applicazione di una rigorosa metodologia basata su consolidati strumenti *antitrust* e di tutela del pluralismo dell'informazione per l'analisi della sostituibilità fra i diversi mezzi di comunicazione, nonché la considerazione della più recente giurisprudenza, hanno consentito di identificare i seguenti mercati rilevanti:

a) televisione in chiaro;

b) televisione a pagamento;

c) radio;

d) quotidiani;

e) periodici.

Inoltre, in considerazione della particolare rilevanza di internet relativamente alla garanzia del pluralismo dei mezzi di comunicazione, l'Autorità ha ritenuto necessario, nelle proprie conclusioni, sollecitare un intervento del legislatore volto a ridefinire le aree economiche rilevanti ai fini della tutela del pluralismo, includendo appunto il *web* nella sua interezza ed escludendo invece mercati non pertinenti (quali l'annuaristica e il *below the line*).

3.2.1.2. L'Informativa economica di sistema

L'Informativa economica di sistema (IES) è una dichiarazione annuale cui sono obbligati tutti gli operatori dei settori della comunicazione (televisione, radio, editoria quotidiana e periodica, pubblicità, editoria elettronica), contenente i dati anagrafici ed economici (sia in valore che in volume) sull'attività svolta dagli stessi (nel 2011 i soggetti rilevati sono stati circa 4.000).

Proprio in ragione della sua natura censuale, l'Informativa economica di sistema rappresenta un patrimonio informativo di enorme valore, che consente all'Autorità di raccogliere gli elementi necessari per adempiere a precisi obblighi di legge, quali, tra l'altro, la valutazione annuale delle dimensioni economiche del Sistema integrato delle comunicazioni (SIC), la correlata definizione dei mercati rilevanti e la verifica delle relative posizioni dominanti, le analisi di settore sia nell'ambito della Relazione Annuale, sia in contesti procedimentali (quali le indagini conoscitive).

L'Autorità, con delibera n. 116/10/CONS, era già intervenuta innovando l'Informativa economica di sistema (IES) sotto vari aspetti, tra i quali la modulistica e le modalità di trasmissione, con l'obiettivo di migliorare l'efficienza di tale indispensabile strumento di analisi e di monitoraggio delle imprese di comunicazione. Tuttavia, al fine di migliorare la funzionalità dell'IES e alla luce degli sviluppi normativi e regolamentari intervenuti nel corso del 2010[130], l'Autorità con la delibera n. 303/11/CONS ha ulteriormente rinnovato l'Informativa economica di sistema.

Le modifiche hanno riguardato, principalmente, l'ambito dei soggetti obbligati a effettuare tale dichiarazione. In particolare, con la delibera sopra citata l'Autorità ha esonerato dall'obbligo di comunicazione di tale informativa i soggetti che conseguano, nell'anno di riferimento, ricavi pari a zero euro nei settori rilevati.

I soggetti in parola sono infatti già sottoposti all'obbligo di iscrizione al ROC, che, nel loro specifico caso, stante l'assenza di una qualsivoglia significatività economica, esaurisce l'insieme delle informazioni da trasmettere all'Autorità (in questi casi, infatti, trattandosi di comunicare i soli dati anagrafici, vi è una pressoché perfetta sovrapposizione delle informazioni ROC e IES). Inoltre, i predetti soggetti, non generando e non percependo proventi, non condizionano la redditività di settore o, se si preferisce, non producono risorse economiche nel mercato di riferimento, non rilevando in alcun modo né ai fini della valorizzazione del Sistema integrato delle comunicazioni, né ai fini delle analisi dei mercati sotto il profilo concorrenziale e del pluralismo.

Si rileva, infine, l'avvenuta creazione di un'apposita pagina *web* dedicata all'IES, con un accesso diretto dall'*home page* dell'Autorità.

3.2.2. La regolamentazione e la vigilanza

3.2.2.1. Posizioni dominanti, operazioni di concentrazione ed intese nel SIC e trasferimenti di proprietà di società radiotelevisive

Secondo quanto previsto dall'art. 43 del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, l'Autorità, a seguito di notifica di operazioni di concentrazione ed intese da parte dei soggetti che operano nel Sistema integrato delle comunicazioni (SIC) e, su segnalazione di chi vi abbia interesse o, periodicamente, d'ufficio, in conformità

130 In particolare, si fa riferimento alle modifiche apportate al Regolamento per l'organizzazione e la tenuta del Registro degli operatori di comunicazione (delibera n. 608/10/CONS) intervenute coerentemente con i recenti mutamenti legislativi (D.Lgs. n. 44/2010) e regolamentari (delibere nn. 606/10/CONS e 607/10/CONS).

ai criteri e ai principi delineati nel comma 2 dell'art. 43, è tenuta a verificare che non si costituiscano, nel SIC e nei mercati che lo compongono, posizioni dominanti e che non siano superati i limiti stabiliti dai commi 7, 8, 9, 10, 11 e 12 del medesimo articolo. Ai sensi dell'art. 4 del regolamento approvato con la delibera n. 646/06/CONS del 6 novembre 2006, recante la disciplina dei procedimenti in materia di autorizzazione ai trasferimenti di proprietà delle società radiotelevisive, dei procedimenti in materia di posizioni dominanti e dell'attività di verifica delle operazioni di concentrazione e intese nel Sistema integrato delle comunicazioni, e con riferimento a tali attività di verifica, alla data del 30 aprile 2012, per quanto concerne le operazioni di concentrazione e le intese superiori alle soglie di fatturato di cui all'art. 4, comma 1, del regolamento, sono state assunte n. 20 delibere di non avvio dell'istruttoria da parte del Consiglio dell'Autorità e 45 determine di non avvio dell'istruttoria da parte della Direzione competente. I dati attestanti il volume di attività espletato nel periodo di riferimento, con riguardo alle attività di verifica delle operazioni di concentrazione ed intese nel SIC, sono riportati nella Tabella 3.2.

Tabella 3.2. *Verifica del rispetto dei principi di cui all'art. 43 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e successive modificazioni e integrazioni*

Operazioni sottoposte a verifica	79
Assunte con delibera	20
Assunte con determina	45
Operazioni Infragruppo	14
Provvedimenti in trattazione	48

Fonte: Autorità

Verifica delle operazioni di operazioni di concentrazione consistenti nell'acquisizione di società attive nel settore dell'editoria periodica, elettronica ed annuaristica anche per il tramite di internet

Con riferimento alle attività correlate alle verifiche previste dall'art. 43 del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, si evidenzia che nel periodo di riferimento sono state oggetto di esame da parte dell'Autorità operazioni di concentrazione consistenti nell'acquisizione del controllo esclusivo di società attive nei settori dell'editoria periodica, elettronica ed annuaristica anche per il tramite di internet, in particolare:

1. nel maggio 2011, l'Autorità ha concluso il procedimento istruttorio concernente l'acquisizione da parte della Arnoldo Mondadori Editori s.p.a. – società che opera direttamente, o tramite società controllate, nell'editoria, nell'informazione e nella raccolta pubblicitaria, mediante la pubblicazione di libri e periodici, nonché in attività radiofoniche e nella rete *internet* – del controllo esclusivo di Mondadori Rodale impresa comune soggetta al controllo congiunto di Arnoldo Mondadori Editori s.p.a. e della società americana Rodale inc.;

2. nel periodo di riferimento l'Autorità ha concluso il procedimento istruttorio concernente l'acquisizione da parte della Hearst Communications Inc. – società, facente parte del gruppo Hearst attivo nel settore delle comunicazioni, i cui principali interessi includono il settore dell'editoria di quotidiani e periodici e il settore televisivo e radiofonico, che opera in Italia, nel settore dell'editoria periodica, attra-

verso la controllata Hearst Mondadori Editoriale s.r.l. – del controllo esclusivo di Hachette Rusconi società facente parte del gruppo Lagardère, anch'essa attiva nel settore dell'editoria;

3. l'Autorità ha altresì definito il procedimento istruttorio riguardante l'acquisizione da parte di VimpelCom Ltd – società che detiene l'intero capitale di Open Joint Stock Company VimpelCom, operatore di telecomunicazioni che fornisce servizi integrati voce e dati, attraverso tecnologie di rete mobile, fissa e a banda larga, attivo prevalentemente in Russia e nelle Repubbliche ex sovietiche, e Kyivstar – del controllo esclusivo di Wind Telecom s.p.a., *holding* finanziaria attiva nella gestione, in via esclusiva, delle partecipazioni detenute nel gruppo Orascom Telecommunication Holding SAE e Wind Telecomunicazioni s.p.a.;

4. sempre nel maggio 2011 si è conclusa l'istruttoria relativa all'acquisizione da parte della società Arvedi Steel Engineering s.r.l. – società finanziaria che detiene il controllo della Studio TV 1 News s.p.a., Arvedi Steel – del controllo esclusivo delle società Quadrifoglio Tv, Televeneto e Arialice, attive nel settore della produzione, diffusione ed irradiazione di programmi televisivi in tecnica digitale, nonché la promozione di attività editoriali.

Alla luce dell'evoluzione tecnologica, che comporta rilevanti mutamenti nel settore dell'editoria periodica ed elettronica, anche via internet, e che amplia il contesto degli operatori che vi fanno parte (non più solo case editrici, ma anche produttori di beni e servizi) l'Autorità ha ritenuto che le operazioni di concentrazione sopradescritte non fossero idonee – per i ricavi conseguiti e per la posizione detenuta dalle parti in un contesto caratterizzato dalla presenza di un numero crescente di operatori – alla costituzione di posizioni dominanti nel SIC e nelle aree economiche che lo compongono, o comunque lesive del pluralismo.

Il trasferimento dei diritti d'uso delle frequenze radiotelevisive ai sensi dell'art. 14 del Codice delle comunicazioni elettroniche

Il Codice delle comunicazioni elettroniche, all'articolo 14, commi 4 e 5, disciplina la procedura di trasferimento dei diritti d'uso temporaneo delle frequenze televisive dagli operatori che ne hanno legittima disponibilità ad altri operatori già autorizzati a fornire una rete con analoga tecnologia. Ai sensi del citato articolo 14, una volta avviata la procedura da parte del Ministero dello sviluppo economico, l'Autorità svolge attività di verifica, in funzione di tutela degli interessi che la legge le assegna, sentendo l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, affinché la concorrenza non sia falsata in conseguenza dei trasferimenti di diritti d'uso. All'esito delle verifiche, sentita l'AGCM, l'Autorità esprime parere al Ministero il quale conclude il procedimento con il proprio assenso – apponendo, se necessario, specifiche condizioni all'autorizzazione – e conferendo efficacia al trasferimento dei diritti (articolo 14, comma 14, del Codice), oppure comunicando agli operatori i motivi che giustificano il diniego dell'autorizzazione stessa.

Con riferimento alle procedure previste all'art. 14 del Codice per i trasferimenti dei diritti d'uso delle frequenze radiotelevisive, nel periodo di riferimento sono stati trasmessi 23 pareri all'Autorità garante della concorrenza e del mercato e 10 al Ministero dello sviluppo economico.

Ricognizione delle misure stabilite dalla delibera n. 136/05/CONS del 2 marzo 2005 recante "Interventi a tutela del pluralismo ai sensi della legge 3 maggio 2004, n. 112"

Con la delibera n. 136/05/CONS del 2 marzo 2005 recante "Interventi a tutela del pluralismo ai sensi della legge 3 maggio 2004, n. 112" l'Autorità aveva adottato alcune misure di riequilibrio del mercato, ai sensi dell'art. 2, comma 7, della legge n. 249/97, nei confronti delle società RAI – Radiotelevisione Italiana s.p.a., R.T.I. s.p.a. e Publitalia'80 s.p.a., volte a ripristinare una situazione di maggiore equilibrio nel mercato televisivo e delle relative fonti di finanziamento. L'art. 3 della medesima delibera aveva previsto una clausola di rivedibilità delle misure alla luce dell'evoluzione dello scenario competitivo e, in ogni caso, all'esito della verifica delle quote del Sistema integrato delle comunicazioni. Fra le misure stabilite dalla delibera n. 136/05/CONS vi era quella individuata all'art. 1, comma 1, lett. b) n. 1, relativa all'obbligo di R.T.I. di avvalersi di una concessionaria diversa da Publitalia per la raccolta pubblicitaria sulle trasmissioni in tecnica digitale terrestre diverse dal *simulcast*, misura attuata dalla società attraverso la costituzione della società Digitalia. Nel mese di ottobre 2010 la società R.T.I. – richiamando le condizioni della clausola di rivedibilità di cui alla delibera n. 136/05/CONS – prospettava all'Autorità l'intenzione di avvalersi della società Publitalia'80, concessionaria per la raccolta pubblicitaria dei propri canali analogici diffusi in *simulcast*, per la raccolta pubblicitaria relativa alla propria offerta gratuita erogata su reti televisive digitali terrestri e della società Digitalia, costituita in adempimento a quanto previsto dall'art. 1, comma 1, lett. b), n. 1 della delibera n. 136/05/CONS, per la raccolta pubblicitaria relativa alla propria offerta a pagamento su reti digitali terrestri. L'Autorità riscontrava tale comunicazione con una nota del 14 dicembre 2010, in cui si condivideva la possibilità di dare corso alla prospettata riorganizzazione della raccolta pubblicitaria, atteso che tale riorganizzazione non appariva in pregiudizio della *ratio* delle misure adottate dall'Autorità con la delibera n. 136/05/CONS, dal momento che restavano comunque separate le due società di raccolta pubblicitaria dianzi menzionate, fermi restando gli altri obblighi di comunicazione e non discriminazione previsti dalla citate misure in capo alla concessionaria Publitalia.

Con successiva delibera n. 70/11/CONS del 16 febbraio 2011, l'Autorità, nell'ambito dell'attività di ricognizione anche delle altre misure stabilite dalla citata delibera n. 136/05/CONS e delle relative modalità di attuazione, ha provveduto ad accertare formalmente la perdita di efficacia della misura di cui all'art. 1, comma 1, lett. b), n. 1 della delibera n. 136/05/CONS, conseguente alla sopravvenuta rimodulazione dell'obbligo di separazione delle concessionarie; tale accertamento veniva reso nell'ambito di un'attività di ricognizione anche delle altre misure stabilite dalla delibera n. 136/05/CONS citata, e delle relative modalità di attuazione. La delibera n. 70/11/CONS è stata oggetto di ricorso al TAR Lazio che, con ordinanza n. 2580/2011 del 14 luglio 2011, ha accolto la richiesta di sospensiva rilevando che "con la delibera n. 70/11 è stata introdotta una disciplina innovativa rispetto a quanto previsto dall'art. 1, comma 1, lett. b) n. 1 della precedente delibera n. 136/05, mentre il procedimento amministrativo adottato sembra essere stato modulato in relazione alla natura asseritamente confermativa della stessa delibera".

Alla luce del rilevato vizio procedimentale l'Autorità, con delibera n. 427/11/CONS del 22 luglio 2011, ha indetto una consultazione pubblica sull'articolo 1, comma 2, della delibera n. 70/11/CONS, "che dispone l'abrogazione della misura di cui all'articolo 1, comma 1, lett. b), n. 1 della delibera n. 136/05/CONS, sulla base della clausola di rive-

dibilità di cui all'articolo 3 della medesima delibera e delle analisi citate in premessa, ai fini dell'adozione di una nuova eventuale deliberazione".

All'esito della consultazione, l'Autorità ha adottato la delibera n. 564/11/CONS del 3 novembre 2011 recante "Provvedimento a seguito della consultazione indetta con la delibera n. 427/11/CONS concernente l'art. 1, comma 2, della delibera n. 70/11/CONS recante "ricognizione delle misure stabilite dalla delibera n. 136/05/CONS del 2 marzo 2005 recante "Interventi a tutela del pluralismo ai sensi della legge 3 maggio 2004, n. 112". Con la citata delibera, l'Autorità ha confermato la valutazione effettuata nella delibera n. 70/11/CONS relativamente alla perdita di efficacia della misura di cui all'art. 1, comma 1, lett. b), n. 1), della delibera n. 136/05/CONS a far data dal 14 dicembre 2010, alla luce della situazione a quel momento accertata in relazione allo sviluppo tecnologico intervenuto (art. 1); reso obbligatoria la suddivisione delle attività di raccolta pubblicitaria dei canali diffusi da R.T.I. consistente nella raccolta pubblicitaria delle offerte televisive in chiaro da parte di Publitalia e delle offerte televisive a pagamento da parte di Digitalia fino alla cessazione delle trasmissioni televisive analogiche (art. 2); revocato *ex tunc* l'articolo 1, comma 2, della delibera n. 70/11/CONS (art. 3).

Trasferimenti di proprietà di società radiotelevisive

Nell'attuale fase di transizione del sistema di diffusione del segnale terrestre dalla tecnica analogica alla tecnica digitale, assume peso, in un'ottica di razionalizzazione delle risorse disponibili e di acquisizione di nuove tipologie di titoli abilitativi, la presentazione delle domande, da parte delle società esercenti attività radiotelevisiva, di autorizzazioni ai trasferimenti di proprietà, intese sia nella forma di modifica degli assetti societari, con eventuale variazione del controllo di ultima istanza delle società stesse, sia nella forma di costituzione di nuove società radiotelevisive, sia ancora nella forma di subentro nei titoli concessori e/o autorizzatori.

In tale contesto, il ruolo dell'Autorità si concretizza nella competenza a valutare, caso per caso e sulla base della vigente normativa, la sussistenza dei requisiti soggettivi e oggettivi in capo ai soggetti istanti, ai sensi dell'art. 1, comma 6, lett. c), n. 13, della legge 31 luglio 1997, n. 249, e la procedibilità dell'operazione richiesta rispetto ai limiti anticoncentrativi fissati dagli artt. 23 e 24 del Testo unico, nonché della normativa regolamentare introdotta dalla citata delibera n. 646/06/CONS.

In applicazione della predetta disciplina, la delibera n. 646/06/CONS detta le modalità procedurali attraverso le quali le società interessate provvedono a presentare, ai sensi dell'art. 1, comma 6, lett. c), n. 13, della legge n. 249/97, le prescritte istanze di autorizzazione ai trasferimenti di proprietà che, a seconda delle fattispecie sottoposte, si configurano, tendenzialmente, in ragione della disciplina prevista dall'art. 11, comma 2, della delibera n. 78/98 ovvero dell'art. 6, comma 1, della delibera n. 353/11/CONS.

Nel complesso, con la delibera n. 78/98 relativa al rilascio delle concessioni per la radiodiffusione televisiva su frequenze terrestri e con la successiva delibera n. 353/11/CONS recante il nuovo regolamento relativo alla radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale entrato in vigore il 7 luglio 2011 in riforma della pre-vigente delibera n. 435/01/CONS, si è inteso attuare un articolato normativo utile a favorire un piano di riassetto del sistema radiotelevisivo italiano. In particolare, nella disciplina regolamentare preordinata alle procedure di trasferimento di proprietà, sono stati introdotti, tra l'altro, criteri oggettivi di valutazione delle società cessionarie, ancorati

a parametri espliciti per la qualificazione delle stesse, quali la capacità economica ed occupazionale posseduta, e destinati, quindi, a caratterizzare la fisionomia delle società radiotelevisive operanti sia in ambito nazionale, sia in ambito locale.

Ai sensi della disciplina del Testo unico, il rilascio dei titoli abilitativi attinenti alla nuova realtà digitale compete al Ministero, il quale, sulla base della delibera n. 353/11/CONS, rilascia l'autorizzazione per la fornitura di servizi di media audiovisivi lineari destinati alla diffusione in tecnica digitale su frequenze televisive terrestri, in ambito nazionale o locale (inteso quest'ultimo come ambito regionale o provinciale, e fino all'entrata in vigore della legislazione concorrente in materia di emittenza radiotelevisiva di competenza delle regioni, ai sensi dell'articolo 12, comma 1, del Testo unico).

Con specifico riguardo alla richiesta di subentro nei titoli concessori e/o autorizzatori – in attuazione sia dell'art. 11, comma 2, della delibera n. 78/98, sia dell'art. 6, comma 1, della delibera n. 353/11/CONS – la procedura di valutazione preordinata all'autorizzazione al trasferimento di proprietà dell'azienda o del titolo autorizzatorio contempla la previsione di un procedimento complesso, nell'ambito del quale è previsto che il Ministero dello sviluppo economico consenta il subentro della società acquirente/subentrante nella titolarità dell'azienda o dell'autorizzazione generale ceduta, "sentita" l'Autorità, ossia previo l'assenso corrisposto dall'Autorità in esito alla propria valutazione in ordine sia al possesso soggettivo e oggettivo dei requisiti previsti da parte del soggetto interessato, sia al rispetto dei limiti anticoncentrativi disciplinati dall'art. 22 della delibera n. 353/11/CONS, sulla base di quanto previsto dall'art. 43 del Testo unico.

Sul piano operativo, il mutamento tecnologico sopra delineato ha propiziato un cospicuo incremento delle attività di settore, specie con riguardo alle autorizzazioni al trasferimento di proprietà per servizi audiovisivi in ambito nazionale e locale, rispetto alla precedente annualità 2010/2011.

Come delineato nella Tabella 3.3, un importante rafforzamento del numero delle istanze di trasferimento di proprietà avanzate dai soggetti interessati si è registrato, infatti, nel settore delle autorizzazioni al trasferimento dei titoli amministrativi attinenti all'attività di fornitore di servizi di media audiovisivi nella forma di palinsesto televisivo. In sostanziale analogia con il risultato dello scorso anno è rimasto, invece, il numero delle istanze di trasferimento di proprietà per il settore analogico (cessioni di emittenti televisive locali, cessioni di emittenti radiofoniche locali, trasferimento di aziende/società radiotelevisive).

Tabella 3.3. *Riepilogo procedimenti di autorizzazioni ai trasferimenti di proprietà di società radiotelevisive*

Cessioni emittenti televisive locali	11
Cessioni emittenti radiofoniche locali	16
Autorizzazioni per fornitore di servizi di media audiovisivi in ambito nazionale	2
Autorizzazioni per fornitore di servizi di media audiovisivi in ambito locale	39
Trasferimento società radiotelevisive	17
Totale procedimenti	85

Fonte: Autorità

Ad integrazione delle autorizzazioni sopra enumerate possono essere computati i seguenti ulteriori provvedimenti: una archiviazione per intervenuta oblazione e 6 provvedimenti di non luogo a procedere.

In ultima analisi, dai dati riportati con riguardo ai procedimenti conclusi, ed anche in considerazione dei procedimenti tuttora in trattazione, appare delinearsi la configurazione di un nuovo assetto economico nell'ambito del settore radiotelevisivo, nel quale la dimensione "digitale", sostituendosi al sistema analogico, caratterizza nuove forme di concorrenza tra le imprese del settore, a beneficio dell'utenza radiotelevisiva.

3.2.2.2. Il rilascio di autorizzazioni per i servizi media audiovisivi e per le emittenti satellitari

Le autorizzazioni per i servizi di media

Il più volte citato Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici ha disposto che "la prestazione di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica" (art. 21, comma 1 bis) e "la fornitura di servizi di media audiovisivi a richiesta" (art. 22 bis) sono soggette ad autorizzazione rilasciata dall'Autorità sulla base della disciplina stabilita con propri regolamenti. Tali regolamenti sono stati approvati dal Consiglio dell'Autorità con le delibere n. 606/10/CONS e n. 607/10/CONS del 25 novembre 2010. I regolamenti si applicano all'attività di fornitura di servizi di media, anche a pagamento, svolta sotto la responsabilità editoriale di un fornitore di servizi di media, il cui obiettivo principale è la fornitura di programmi, nel caso dei servizi lineari, o di un catalogo di programmi, nel caso dei servizi non lineari, al fine di informare, intrattenere o istruire il grande pubblico, attraverso reti di comunicazioni elettroniche, in concorrenza con la radiodiffusione televisiva, e i cui ricavi annui derivanti da pubblicità, televendite, sponsorizzazioni, contratti e convenzioni con soggetti pubblici e privati, provvidenze pubbliche e da offerte televisive a pagamento, sono superiori a centomila euro, secondo quanto indicato nel primo rendiconto approvato dopo l'entrata in vigore dei regolamenti.

La prestazione di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica

In attuazione della previsione di cui all'art. 21, comma 1-*bis*, del Testo unico, il regolamento approvato con la delibera n. 606/10/CONS reca la disciplina dell'attività di fornitura di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici, anche a pagamento, su altri mezzi di comunicazione elettronica.

Ai sensi dell'art. 3, comma 1, del Regolamento, compete all'Autorità il rilascio delle autorizzazioni per la fornitura dei citati servizi che rientrano nel suo campo di applicazione, come delineato dall'art. 2. Il comma 2 dell'art. 3 prevede, poi, che dette autorizzazioni possano essere rilasciate a società di capitali o di persone, società cooperative, fondazioni, associazioni riconosciute e non riconosciute e a persone fisiche che abbiano la propria sede legale o residenza in Italia, ovvero in uno Stato dello Spazio economico europeo, ovvero anche al di fuori dello Spazio economico europeo, a condizione che lo Stato ove il soggetto richiedente stabilisca la propria sede legale o resi-

denza pratichi un trattamento di reciprocità nei confronti di soggetti italiani. A fronte delle spese di istruttoria, è previsto il versamento di un contributo di 500 euro.

Le autorizzazioni sono valide per un periodo di dodici anni dalla data del conseguimento e possono essere rinnovate per periodi successivi di uguale durata.

Nel periodo di riferimento, il volume di attività attinente l'adozione dei provvedimenti di rilascio delle autorizzazioni in questione si riassume nei dati riportati nella Tabella 3.4.

Tabella 3.4. *Servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica*

	Anno 2011/12
Soggetti autorizzati	3
Autorizzazioni per la prestazione di servizi di media audiovisivi	4
Autorizzazioni per la prestazione di servizi di media radiofonici	16

Fonte: Autorità

L'art. 9, comma 1, del regolamento consente inoltre, senza alcun onere, ai fornitori di servizi di media audiovisivi o radiofonici su reti di diffusione terrestre, via satellite o di distribuzione via cavo, in possesso del relativo titolo abilitativo in corso di validità, e previa notifica, inclusiva anche dei dati tecnici necessari, da effettuarsi all'Autorità ed al Ministero competente, la ritrasmissione simultanea integrale, su altri mezzi di comunicazione elettronica, fatto salvo il rispetto dei diritti di trasmissione acquisiti.

Il volume delle notifiche pervenute, con riguardo a tale ambito di competenze e nel periodo di riferimento, è riportato nella Tabella 3.5.

Tabella 3.5. *Comunicazioni di notifica di ritrasmissione in simulcast delle prestazioni di servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica*

	Anno 2011/12
Società notificanti	231
Notifiche di ritrasmissione in *simulcast* di servizi di media audiovisivi	88
Notifiche di ritrasmissione in *simulcast* di servizi di media radiofonici	256

Fonte: Autorità

La fornitura di servizi di media audiovisivi a richiesta

Il regolamento adottato con la delibera n. 607/10/CONS disciplina l'attività di fornitura di servizi di media audiovisivi non lineari, anche a pagamento, indipendentemente dalla rete di comunicazione elettronica impiegata.

L'art. 3 del regolamento dispone che la fornitura di servizi audiovisivi a richiesta rientranti nel campo di applicazione delimitato dall'articolo 2 è assoggettata a un'autorizzazione generale conseguita a seguito della presentazione all'Autorità di una segnalazione certificata di inizio attività, ai sensi dell'articolo 19 della legge 7 agosto 1990, n. 241, e successive modificazioni.

La segnalazione certificata può essere presentata da società di capitali o di persone, società cooperative, fondazioni, associazioni riconosciute e non riconosciute e da

persone fisiche che abbiano la propria sede legale o la residenza in Italia, ovvero in uno Stato dello Spazio economico europeo, ovvero al di fuori dello Spazio economico europeo, a condizione che lo Stato ove il soggetto richiedente ha stabilito la propria sede legale o residenza pratichi un trattamento di reciprocità nei confronti di soggetti italiani. A fronte delle spese di istruttoria, è previsto il versamento di un contributo di 500 euro per i servizi audiovisivi e di 250 euro per i servizi radiofonici.

La successiva disposizione transitoria dell'art. 13, comma 1, prescrive che i soggetti che, alla data di entrata in vigore del presente regolamento, esercitano l'attività di fornitura di servizi di media audiovisivi a richiesta, nelle forme e nei limiti di cui all'articolo 2, possono proseguire l'attività a condizione di presentare all'Autorità, entro il termine di dodici mesi dall'entrata in vigore del regolamento stesso, la segnalazione certificata di inizio attività di cui al precedente art. 3. Essendo il regolamento in questione entrato in vigore il 18 gennaio 2011, il termine di presentazione di codesta segnalazione di inizio attività risulta scaduto alla data del 18 gennaio 2012.

Nel periodo di riferimento, risultano pervenute n. 3 segnalazioni certificate di inizio attività.

Le autorizzazioni satellitari

Le procedure per il rilascio dei titoli abilitativi in favore delle emittenti che diffondono programmi televisivi via satellite in uno degli Stati firmatari della Convenzione europea sulla televisione transfrontaliera – stipulata a Strasburgo il 5 maggio 1989 e ratificata con legge 5 ottobre 1991, n. 327 – sono disciplinate dal regolamento approvato dall'Autorità con la delibera n. 127/00/CONS del 1° marzo 2000.

Ai sensi dell'art. 5, comma 1, del citato regolamento, i provvedimenti di autorizzazione – avviati previa presentazione, da parte del soggetto interessato, di apposita istanza in rapporto a ciascuno dei programmi che si intende diffondere – sono rilasciati per la durata di sei anni e possono essere rinnovati.

In relazione a ciascuna istanza di autorizzazione presentata, i soggetti interessati sono tenuti al versamento di un contributo a favore dell'Autorità, quale titolo di rimborso delle spese di istruttoria per la decisione. È previsto che il contributo sia adeguato all'inizio di ogni anno solare in misura pari al tasso programmato di inflazione. Si annota, tuttavia, che il predetto adeguamento, in analogia a quanto avvenuto per gli anni 2009, 2010 e 2011, è stato sospeso in applicazione dell'art. 1 del decreto-legge 29 dicembre 2010 n. 225, recante "*Proroga dei termini previsti da disposizioni legislative e di interventi urgenti in materia tributaria e di sostegno alle imprese e alle famiglie*" e nelle more delle eventuali determinazioni attuative della disposizione di cui all'allegato alla legge 26 febbraio 2011, n. 11. Alla data odierna, il contributo in questione risulta ancora esente da aggiornamenti.

Il volume di attività attinente l'adozione dei provvedimenti di autorizzazione alla diffusione via satellite dei programmi televisivi si riassume nei dati riportati nella Tabella 3.6

Al fine di un semplice raffronto, si riportano per ciascuna fattispecie, a fianco dei dati riguardanti il periodo temporale in esame, i risultati conseguiti nell'anno precedente.

Tabella 3.6. *Autorizzazioni alla diffusione via satellite dei programmi televisivi*

	Anno 2011/12	Anno 2010/11
Domande di autorizzazione, rinnovo voltura presentate	64	64
Autorizzazioni rilasciate	16	30
Autorizzazioni rinnovate	18	12
Autorizzazioni volturate	26	15
Autorizzazioni modificate secondo le comunicazioni ricevute	–	9
Provvedimenti in trattazione	4	2

Fonte: Autorità

Dalla lettura comparata dei dati relativi alle autorizzazioni trattate nelle due annualità si registra un notevole decremento nel numero delle nuove autorizzazioni a fronte di un sensibile incremento nel numero delle autorizzazioni rinnovate/volturate, sintomo dell'inclinazione a una sostanziale stabilizzazione del sistema della televisione satellitare, attuata anche per il tramite di accorpamenti e fusioni societarie, tuttavia protesa a un moderato tentativo di riassetto del settore.

Alla data attuale, la consistenza globale del settore dell'emittenza televisiva via satellite trova sintesi nel numero complessivo dei programmi e dei soggetti autorizzati riportati nella Tabella 3.7.

Tabella 3.7. *Programmi e soggetti autorizzati alla diffusione via satellite*

Totale programmi autorizzati – rinnovati	383
Totale soggetti autorizzati	140
Totale autorizzazioni decadute	144

Fonte: Autorità

Al fine di consentire l'esercizio di una funzione generale di monitoraggio del settore, i dati anagrafico-tecnici dichiarati dai soggetti istanti – e con riguardo a ciascuno dei provvedimenti di autorizzazione rilasciati – sono acquisiti in uno specifico database, che consente la gestione delle singole posizioni e la loro attualizzazione mediante l'annotazione delle successive pertinenti variazioni.

In applicazione delle disposizioni regolamentari vigenti, ai soggetti titolari di autorizzazione compete, infatti, di comunicare ogni eventuale variazione intervenuta rispetto alle informazioni o ai documenti forniti per il procedimento iniziale. Sotto tale aspetto, i dati maggiormente incisi da processi di trasformazione si sostanziano, in particolare, nel mutamento dell'assetto societario delle società emittenti, nella modifica delle denominazioni dei programmi diffusi e nel cambiamento del sistema tecnico di trasmissione.

Alle predette fattispecie si aggiungono, poi, gli atti conseguenti alle comunicazioni delle variazioni tecniche, che le emittenti sono tenute a fornire all'Autorità ai sensi del predetto regolamento.

In linea più generale, infine, nell'ottica di un rafforzamento degli strumenti della vigilanza mirato al perseguimento di una obiettiva parametrazione del sistema dell'emittenza televisiva satellitare e degli attori che in esso operano, nel periodo in esame

è continuata, nei confronti delle società autorizzate alla diffusione di trasmissioni televisive via satellite, l'attività già in precedenza avviata e diretta ad acquisire informazioni e dati in ordine sia all'ubicazione degli apparati di *up-link* dalle stesse utilizzati, sia alle società partner che rendono ad esse disponibile la necessaria capacità trasmissiva.

In esito a tale attività, nei confronti delle società titolari di autorizzazioni rilasciate ai sensi della delibera n. 127/00/CONS non si sono evidenziati casi di sentenze di fallimento ad opera dell'Autorità giudiziaria. Va annotato che, sulla base della regolamentazione vigente, la sentenza di fallimento comporta la decadenza automatica dell'autorizzazione stessa in assenza della prescritta autorizzazione, da parte dell'Autorità giudiziaria, alla prosecuzione temporanea dell'attività dell'impresa.

3.2.2.3. La televisione digitale terrestre e la radio digitale

La Regolamentazione del settore

Attuazione dei criteri per la digitalizzazione delle reti televisive digitali terrestri

Con la delibera n. 181/09/CONS, l'Autorità ha approvato i criteri per la completa digitalizzazione delle reti televisive terrestri, in ragione della pendenza della procedura d'infrazione n. 2005/5086 e a seguito di un confronto con la Commissione europea, che ha ritenuto tali criteri idonei alla sospensione della procedura stessa. Tale delibera è stata, quindi, su richiesta della Commissione europea, legificata dall'articolo 45 della legge n. 88/2009, entrando in tal guisa a far stabilmente parte del quadro normativo primario.

La citata delibera n. 181/09/CONS ha previsto la pianificazione di 21 reti nazionali digitali terrestri DVB-T così distribuite: 8 reti per assicurare la conversione delle preesistenti reti analogiche; 8 reti per la razionalizzazione delle reti digitali terrestri realizzate attraverso il *trading* delle frequenze; 5 reti per il dividendo digitale da assegnare mediante *beauty contest*. Ha inoltre previsto 4 reti DVB-H, di cui tre per la razionalizzazione delle esistenti reti realizzate attraverso il *trading* delle frequenze, mentre una rete è stata destinata al *beauty contest*. Regole di conversione analoghe sono state previste per le reti televisive locali, alle quali è riservata, secondo la legge vigente, l'assegnazione di almeno un terzo delle risorse trasmissive disponibili per tale comparto.

La stessa delibera ha, inoltre, stabilito alcune misure a fini pro-concorrenziali, suddividendo le frequenze del dividendo digitale in tre lotti e introducendo un *cap* per i soggetti già in possesso di reti analogiche. Nel caso in cui tali operatori si aggiudichino il quinto multiplex, gli stessi sono soggetti all'obbligo di destinare il 40% della capacità trasmissiva del multiplex a fornitori di contenuti indipendenti previamente selezionati dall'Autorità, a prezzi orientati ai costi sotto la vigilanza della stessa Autorità.

In attuazione della predetta delibera, l'Autorità ha approvato nel corso del 2010 – con la delibera n. 497/10/CONS – le procedure per l'assegnazione delle frequenze disponibili in banda televisiva per sistemi di radiodiffusione digitale terrestre e misure atte a garantire condizioni di effettiva concorrenza, cui ha fatto seguito, nel corso del 2011, l'approvazione delle condizioni economiche e contrattuali relative alla cessione del 40% della capacità trasmissiva a fornitori di contenuti indipendenti (delibera n. 187/11/CONS del 6 aprile 2011). Infine, in vista dell'espletamento della procedura di

selezione indetta dal competente Ministero dello sviluppo economico con bando e disciplinare di gara pubblicato l'8 luglio 2011, l'Autorità ha verificato la sussistenza dei requisiti dei fornitori di contenuti indipendenti che hanno richiesto l'allocazione del 40% della capacità trasmissiva e, valutata la rispondenza dei progetti editoriali alla normativa vigente in materia radiotelevisiva, ne ha comunicato l'ammissibilità.

Il quadro normativo ha subito una recente modifica ad opera del decreto-legge 2 marzo 2012, n. 16, come convertito dalla legge 26 aprile 2012, n. 44, il cui articolo 3-*quinquies*, nell'introdurre misure urgenti per l'uso efficiente e la valorizzazione economica dello spettro radio, ha configurato una nuova distribuzione del dividendo digitale che avverrà con un'asta che sostituirà il *beauty contest*, ridefinendo il quadro in coerenza con il nuovo scenario che si aprirà a seguito del riassetto e della razionalizzazione dell'uso delle frequenze prefigurati nella Conferenza Mondiale delle Radiocomunicazioni di Ginevra del febbraio del corrente anno (WRC-2012). In accordo con tali previsioni, infatti, parte dello spettro televisivo potrà essere destinato – a partire dal 2016 – alle telecomunicazioni mobili, in analogia con quanto già avvenuto per la banda a 800 MHz. Proprio tali prospettive, unitamente al contesto critico della finanza pubblica del Paese, hanno indotto il Governo a una rivalutazione sul valore economico che l'uso di tali frequenze può produrre, introducendo così l'assegnazione del dividendo digitale a titolo oneroso.

In particolare, la legge ha previsto che la nuova gara, destinata a sostituire il *beauty contest*, avvenga entro 120 giorni dall'approvazione della legge stessa, sulla base delle procedure che verranno stabilite dall'Autorità – sentiti i competenti uffici della Commissione europea – secondo i seguenti criteri direttivi: a) assegnazione delle frequenze sulla base di differenti lotti mediante il criterio dell'offerta economica più elevata, assicurando la separazione verticale tra fornitori di programmi e operatori di rete e consentendo l'accesso ai primi a condizioni eque e non discriminatorie, in base ai criteri fissati dall'Autorità; b) composizione di ciascun lotto in base al grado di copertura, tenendo conto della possibilità di consentire la realizzazione di reti per macro aree di diffusione, l'uso flessibile ed efficiente dello spettro e l'innovazione tecnologica; c) modulazione della durata dei diritti d'uso di ciascun lotto tale da garantire la tempestiva destinazione delle frequenze agli usi stabiliti dalla Commissione europea in tema di disciplina dello spettro radio.

Il nuovo quadro normativo – che ha modificato alcuni passaggi della delibera n. 181/09/CONS non compatibili con la disciplina così introdotta – ha inoltre previsto la messa in campo delle azioni utili a garantire un'effettiva innovazione tecnologica dell'uso televisivo mediante la promozione degli standard televisivi DVB-T2 e MPEG-4 e, a tal fine, ha introdotto alcune scadenze relative alla vendita degli apparati di ricezione televisiva: dal 1° gennaio 2013 ai distributori di apparecchiature al dettaglio sul territorio nazionale non si richiede la presenza di un sintonizzatore analogico, mentre a partire dal 1° gennaio 2015 gli apparati televisivi prodotti devono obbligatoriamente integrare un sintonizzatore digitale per la ricezione di programmi televisivi in tecnologia DVB-T2 con codifica MPEG-4; infine dal 1° luglio 2015 non potranno essere commercializzati apparati privi di tali caratteristiche.

Il panorama *in itinere* vede, pertanto, da un lato soluzioni che consentono alla televisione digitale terrestre – destinata a sostituire, con la conclusione dello *switch-off* a giugno di quest'anno, la televisione analogica su tutto il territorio nazionale – di offrire una vasta gamma di offerte televisive in alta definizione (HD) e in 3D e una più ampia competizione tra diverse modalità di fruizione dei servizi televisivi (satellite, terrestre,

IPTV, web ecc.), oltre ad un più ampio grado di pluralismo; dall'altro, l'incremento di servizi banda larga sulle frequenze LTE e LTE-*advanced*, che garantirà un uso sempre più efficiente delle risorse spettrali, in linea con gli orientamenti europei.

Il nuovo regolamento relativo alla radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale

Con delibera n. 353/11/CONS del 23 giugno 2011, l'Autorità ha adottato il nuovo regolamento relativo alla radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale, che disciplina l'attività di fornitura di servizi di media audiovisivi lineari, ivi inclusa la diffusione di contenuti radiofonici digitali, di servizi interattivi associati o di servizi di accesso condizionato e di operatore di rete, su frequenze televisive terrestri in tecnica digitale.

Il nuovo regolamento, il cui schema è stato sottoposto a consultazione con delibera n. 212/11/CONS del 13 aprile 2011, ha sostituito il precedente regolamento (di cui alla delibera n. 435/01/CONS) con una nuova disciplina che ha tenuto conto delle modificazioni normative intervenute in materia di radiodiffusione televisiva terrestre e della regolamentazione *medio tempore* adottata dall'Autorità in tale materia.

L'allegato A del nuovo regolamento (art. 1) ha allineato le definizioni a quanto previsto dal Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici che, nel recepire la direttiva 2007/65/CE, ha introdotto, tra l'altro, nuove definizioni per caratterizzare l'attività di fornitura di programmi audiovisivi. In merito alle autorizzazioni per la fornitura di servizi di media audiovisivi (artt. 3-7), in un'ottica di proporzionalità e neutralità tecnologica, è stato precisato che i requisiti di capitale sociale e numero dei dipendenti occupati previsti ai fini del rilascio dell'autorizzazione in ambito nazionale e locale, requisiti mutuati dal regime televisivo analogico, trovano applicazione fino alla data stabilita dalla legge per la definitiva cessazione delle trasmissioni televisive in tecnica analogica.

Anche le disposizioni concernenti gli obblighi di programmazione (artt. 8-14), cui sono sottoposti i soggetti titolari di autorizzazione (registro programmi, responsabilità e rettifica, pubblicità, sponsorizzazioni e televendite e promozione della produzione audiovisiva europea) sono stati allineati alla nuova disciplina introdotta dal Testo unico.

Con riferimento all'attività di operatore di rete televisiva (artt. 16-21) è stato specificato che tale attività, in ambito nazionale e locale, è soggetta ad autorizzazione generale, mentre il diritto d'uso di frequenze digitali terrestri è conseguito dai soggetti autorizzati con distinto provvedimento dal Ministero dello sviluppo economico. Sono stati altresì specificati gli obblighi cui sono tenuti i predetti operatori, di seguito sintetizzati:

– rispetto degli obblighi stabiliti dall'articolo 42, comma 1, del Testo unico;

– rispetto delle norme tecniche di emissione vigenti, adottando *standard* trasmissivi compatibili con le norme previste all'Allegato A della delibera dell'Autorità n. 216/00/CONS, come modificata, e osservando gli obblighi in tema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre stabiliti dalla legge e dalla delibera n. 366/10/CONS;

– rispetto delle normative sanitarie, ambientali, urbanistiche e di assetto territoriale per l'installazione delle infrastrutture e delle apparecchiature, nonché le disposizioni relative alla condivisione o alla messa a disposizione degli impianti e dei siti;

– obbligo di assicurare la sicurezza del funzionamento della rete, il mantenimento della sua integrità, la qualità del segnale irradiato, l'adeguata copertura del bacino assegnato, comunque non inferiore all'80% della popolazione del bacino stesso da raggiungere nell'arco di cinque anni dall'assegnazione del diritto di uso delle frequenze;

– ai fini dell'uso efficiente dello spettro radio, obbligo di trasportare su ciascuna rete nazionale o locale DVB-T, almeno sei programmi o palinsesti diffusi in tecnica *standard definition* (SD) ovvero almeno tre programmi o palinsesti diffusi in tecnica *high definition* (HD), ovvero ancora, in caso di diffusione mista SD ed HD, almeno quattro programmi televisivi di cui uno diffuso in HD. Nel numero di programmi di cui alla presente lettera sono compresi i programmi *simulcast* analogico/digitale e i programmi HD *simulcast* dei programmi SD, nonché i programmi differiti dello stesso palinsesto. Tali configurazioni trovano applicazione decorsi sei mesi dalla data di definitiva cessazione delle trasmissioni televisive analogiche.

L'operatore di rete in ambito locale, in particolare, fermo il rispetto della quota di riserva di capacità trasmissiva stabilita dall'articolo 8, comma 2, del Testo unico a favore dei soggetti autorizzati a fornire contenuti televisivi in ambito locale e degli obblighi di *must carry* previsti dal Regolamento, può fornire servizi di trasmissione e diffusione a fornitori di servizi di media audiovisivi in ambito nazionale nel rispetto delle seguenti condizioni:

– la capacità trasmissiva offerta non può superare quella necessaria a trasportare due programmi nazionali per ciascun multiplex, salva la compatibilità con gli obblighi di *must carry* dal regolamento;

– la capacità trasmissiva non può essere offerta a fornitori di contenuti nazionali controllati da o collegati con gli operatori di rete televisiva nazionale. Inoltre la capacità trasmissiva utilizzata per il trasporto del contenuto nazionale deve consentire una copertura di almeno il 50% della popolazione nazionale nel periodo di *switch-over* e una copertura di almeno l'80% della popolazione nazionale alla data dello *switch-off* nazionale, da conseguire mediante forme di consorzio o intese da parte di operatori di rete in ambito locale.

È stato altresì specificato che ai fornitori di servizi di media audiovisivi in ambito nazionale trasportati da operatori di rete locali spettano le numerazioni dei canali a diffusione nazionale previste dal Piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre di cui all'allegato A della citata delibera n. 366/10/CONS secondo i generi di programmazione ivi previsti.

Con riferimento al regime contributivo, è stato altresì stabilito che, fino alla fine dell'anno di definitiva cessazione delle trasmissioni analogiche su tutto il territorio nazionale, continui ad applicarsi il vigente regime di contribuzione ai soggetti operanti su frequenze televisive terrestri anche in tecnica digitale. Allo scadere di tale periodo i contributi per i diritti d'uso delle frequenze saranno determinati secondo il regime di contribuzione previsto dal Codice delle comunicazioni elettroniche, assicurando almeno la compatibilità con gli attuali introiti statali.

Con riferimento alle norme in materia di tutela del pluralismo e concorrenza e non discriminazione (artt. 24-25), il Regolamento ha allineato i criteri alle disposizioni del Testo unico e stabilito che, ai fini della verifica d'ufficio del rispetto dei limiti alle autorizzazioni alla fornitura dei programmi televisivi nazionali e locali, comunque entro il 30 ottobre di ciascun anno, i soggetti autorizzati alla fornitura di programmi televisivi nazionali e locali comunicano entro il 30 giugno di ciascun anno all'Autorità il numero dei programmi autorizzati alla diffusione secondo il modello allegato al Regolamento.

Modalità e condizioni della cessione della capacità trasmissiva delle reti televisive locali ai sensi dell'art. 4 del decreto-legge n. 34/2011, convertito con modificazioni dalla legge 75/2011

L'art. 4 del decreto legge n. 34/2011, convertito con modificazioni, dalla legge 75/2011[131], stabilisce che i soggetti assegnatari dei diritti d'uso delle frequenze radiotelevisive in ambito locale, sulla base delle graduatorie all'uopo predisposte dal Ministero dello sviluppo economico nelle Regioni o aree tecniche ove ha luogo lo *switch-off*, sono tenuti a cedere una quota della capacità trasmissiva a essi assegnata (c.d. *must carry*), comunque non inferiore a due programmi, a favore dei soggetti legittimamente operanti in ambito locale non destinatari dei diritti d'uso sulla base delle citate graduatorie, secondo le modalità e alle condizioni economiche stabilite dall'Autorità.

In ottemperanza a tale previsione normativa, il citato nuovo Regolamento, all'art. 27, ha definito le modalità e le condizioni economiche della cessione della capacità trasmissiva in questione, di seguito sintetizzate:

- la capacità trasmissiva oggetto di cessione non deve essere inferiore a quella necessaria per veicolare due programmi e, in ogni caso, non inferiore a 6 M/bits;

- entro quindici giorni dalla pubblicazione, per ciascuna Regione, delle citate graduatorie, i soggetti assegnatari dei diritti d'uso delle frequenze sono tenuti a comunicare all'Autorità il listino della cessione della capacità trasmissiva, le cui tariffe non possono essere inferiori a euro 0,010 e superiori a 0,016 per 1 M/bits per abitante, prevedendo comunque condizioni di favore per i fornitori di servizi di media audiovisivi a carattere comunitario.

Tali listini sono pubblicati dall'Autorità sul proprio sito *web*.

Il Regolamento stabilisce altresì che, entro quindici giorni dalla pubblicazione dei predetti listini, i soggetti legittimamente operanti in ambito locale alla data del 1° gennaio 2011, non assegnatari dei diritti d'uso delle frequenze, comunicano la propria manifestazione di interesse all'Autorità indicando l'operatore di rete, la capacità trasmissiva richiesta e l'area territoriale di interesse.

131 "Art. 4 Misure di razionalizzazione dello spettro radioelettrico [...] Entro il 30 giugno 2012 il Ministero dello sviluppo economico provvede all'assegnazione dei diritti di uso relativi alle frequenze radiotelevisive nel rispetto dei criteri e delle modalità disciplinati dai commi da 8 a 12 dell'art. 1 della legge 13 dicembre 2010, n. 220, nonché, per quanto concerne le frequenze radiotelevisive in ambito locale, predisponendo, per ciascuna area tecnica o Regione, una graduatoria dei soggetti legittimamente abilitati alla trasmissione radiotelevisiva in ambito locale che ne facciano richiesta sulla base dei seguenti criteri: a) entità del patrimonio al netto delle perdite; b) numero dei lavoratori dipendenti con contratto di lavoro a tempo indeterminato; c) ampiezza della copertura della popolazione; d) priorità cronologica di svolgimento dell'attività nell'area, anche con riferimento all'area di copertura. Nelle aree in cui, alla data del 1° gennaio 2011, non ha avuto luogo il passaggio alla trasmissione in tecnica digitale, il Ministero dello sviluppo economico non procede all'assegnazione a operatori di rete radiotelevisivi in ambito locale dei diritti d'uso relativi alle frequenze di cui al primo periodo del comma 8 dell'art. 1 della legge 13 dicembre 2010, n. 220. Nelle aree in cui alla medesima data del 1° gennaio 2011 ha avuto luogo il passaggio alla trasmissione in tecnica digitale, il Ministero dello sviluppo economico rende disponibili le frequenze di cui al citato primo periodo del comma 8, assegnando ai soggetti titolari di diritto d'uso relativi alle frequenze nella banda 790-862 Mhz, risultanti in posizione utile in base alle rispettive graduatorie, i diritti d'uso riferiti alle frequenze nelle bande 174-230 Mhz e 470-790 Mhz. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni dispone le modalità e le condizioni economiche secondo cui i soggetti assegnatari dei diritti d'uso hanno l'obbligo di cedere una quota della capacità trasmissiva ad essi assegnata, comunque non inferiore a due programmi, a favore dei soggetti legittimamente operanti in ambito locale alla data del 1° gennaio 2011 non destinatari di diritti d'uso sulla base delle citate graduatorie".

L'Autorità provvede infine all'associazione della capacità trasmissiva degli operatori di rete ai fornitori di servizi di media audiovisivi che ne fanno richiesta entro i successivi quindici giorni e, comunque, prima dello *switch-off* dell'area tecnica o Regione interessata. In caso di richieste non compatibili tra loro l'Autorità, sentiti gli interessati, procede al soddisfacimento delle richieste tenendo altresì conto, al fine di soddisfare il maggior numero di richieste, della quantità di capacità trasmissiva richiesta da ciascuno e delle aree territoriali di maggior interesse del richiedente stesso.

La pianificazione delle frequenze per la radiodiffusione televisiva e radiofonica digitale

La pianificazione delle frequenze

Nel corso degli ultimi dodici mesi sono proseguite le attività di pianificazione in attuazione di quanto stabilito dalla normativa vigente e dalla 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". Tali 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, tengono in conto quanto deciso dalla Conferenza regionale delle radiocomunicazioni (RRC06), tenutasi a Ginevra dal 15 maggio al 16 giugno del 2006, organizzata dal Settore Radiocomunicazioni dell'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni per la pianificazione del servizio di radiodiffusione terrestre in tecnica 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.

Nell'ultimo anno, diverse modifiche hanno interessato le bande di frequenze assegnate dal Piano nazionale Ripartizione delle Frequenze al servizio di radiodiffusione.

In particolare la legge 13 dicembre 2010, n. 220, come modificata dalla legge 15 luglio 2011, n. 111 "Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 6 luglio 2011, n. 98 recante disposizioni urgenti per la stabilizzazione finanziaria", ha riservato la porzione di banda a 800 MHz (790-862 MHz) per l'utilizzo dei servizi di comunicazione elettronica mobili in larga banda, sottraendo tale gamma di frequenze dalla disponibilità di banda per la pianificazione del sistema televisivo digitale, disponendo, nel contempo, che la stessa, venga liberata per i nuovi utilizzi entro e non oltre il 31 dicembre 2012.

Nello stesso periodo, il decreto legge 31 marzo 2011, n. 34 convertito con modificazione dalla legge 26 marzo 2011, n. 75 come modificato dalla legge 15 luglio 2011, n. 111 "Conversione in legge, con modificazioni, del decreto legge 6 luglio 2011, n. 98 recante disposizioni urgenti per la stabilizzazione finanziaria" disponeva che l'assegnazione delle risorse alle emittenti locali fosse effettuata sulla base di una graduatoria, rendendo di fatto superata la procedura di convocazione dei tavoli tecnici dei soggetti interessati, attuata precedentemente, per l'acquisizione dei contributi partecipativi che costituivano presupposto per la valutazione dei fabbisogni in ciascuna area e per la pianificazione di risorse adeguate a soddisfare tali necessità, sempre nel rispetto dei vincoli e dei criteri stabiliti dalla normativa.

Sulla base di quanto fissato dalle norme su richiamate è stata pertanto adottata la delibera n. 330/11/CONS che dispone appunto l'abrogazione della procedura di pianificazione di dettaglio nelle aree tecniche attraverso la convocazione dei tavoli tecnici e il rinvio alla procedura di consultazione prevista dalla legge 31 luglio 1997 n. 249 (articolo 1, comma 6, lettera *a)* numero 2) per il completamento della pianificazione; tale procedura permette una valutazione oggettiva dei fabbisogni delle emittenti locali attraverso la formazione di una graduatoria stilata in base ai criteri stabiliti. È importante notare che nell'attività di pianificazione sono state, altresì, attuate le previsioni di cui all'art. 2-*bis*, comma 5, del decreto-legge 23 gennaio 2001, n. 5, convertito, con modificazioni, dalla legge 20 marzo 2001, n. 66 recante "Disposizioni urgenti per il differimento di termini in materia di trasmissioni radiotelevisive analogiche e digitali nonché per il risanamento di impianti radiotelevisivi", modificato dalla legge 23 febbraio 2006, n. 51.

Di fatto l'articolo 8-*novies* del decreto legge 8 aprile 2008, n. 59, convertito, con modificazioni, dalla legge 6 giugno 2008, n. 101, al fine di rispettare il termine di *switch-off* delle trasmissioni analogiche, fissato al 2012 dalla legge n. 66/2001 e successive modificazioni, nonché dare attuazione al piano di assegnazione delle frequenze, disponeva che fosse definito con decreto del Ministro dello sviluppo economico, d'intesa con l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, il calendario per il passaggio definitivo alla trasmissione televisiva terrestre in tecnica digitale, con l'indicazione delle aree interessate e delle rispettive scadenze.

Tale decreto, adottato il 10 settembre 2008 e pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 238 del 10 ottobre 2008, ha fissato le tempistiche per la definiva conversione in Italia della radiodiffusione televisiva in tecnica digitale, prevedendo la suddivisione dell'Italia in 16 aree tecniche, stabilendo nel contempo il relativo calendario di *switch-off* nelle singole aree. Il suddetto decreto è stato successivamente più volte modificato ed il vigente è il decreto 15 settembre 2011 "Modifiche al calendario nazionale per il passaggio definitivo alla trasmissione televisiva digitale terrestre con relativo allegato 2", pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 246 del 21 ottobre 2011.

Rispettando le tempistiche fissate, l'Autorità ha avviato i relativi procedimenti e convocato ai sensi della legge 31 luglio 1997 n. 249 i soggetti interessati e ha adottato nel corso dell'ultimo anno le seguenti delibere di pianificazione di dettaglio nelle rispettive regioni (aree tecniche) che man mano hanno attuato il passaggio alla tecnologia digitale:

a) delibera n. 423/11/CONS recante "Piano di assegnazione delle frequenze per il servizio televisivo digitale terrestre delle regioni Liguria, Toscana, Umbria e Marche nonché della provincia di Viterbo. (aree tecniche nn. 8, 9 e 10);

b) delibera n. 542/11/CONS recante "Modifica della delibera n. 423/11/CONS recante Piano di assegnazione delle frequenze per il servizio televisivo digitale terrestre delle regioni Liguria, Toscana, Umbria e Marche nonché della provincia di Viterbo. (aree tecniche nn. 8, 9 e 10);

c) delibera n. 93/12/ CONS recante "Piano di assegnazione delle frequenze per il servizio televisivo digitale terrestre delle regioni Abruzzo, Molise, Basilicata, Puglia, Calabria e Sicilia (aree tecniche nn. 11, 14 e 15).

Tali delibere si aggiungono a quelle già precedentemente adottate a partire dal 2007 e che hanno interessato le aree tecniche riferite alle regioni Sardegna, Valle d'Aosta, Piemonte occidentale, Trentino Alto Adige, Lazio, esclusa la provincia di Viterbo, Campania, l'area tecnica 3 corrispondente al territorio ricomprendente le province di

Alessandria, Asti, Biella, Novara, Verbano-Cusio-Ossola, Vercelli, Bergamo, Brescia, Como, Cremona, Lecco, Lodi, Milano, Monza e della Brianza, Pavia, Sondrio, Varese, Piacenza e Parma, e nelle aree tecniche 5, 6 e 7, corrispondenti al territorio delle regioni Emilia Romagna, Veneto (incluse le province di Mantova e Pordenone) e Friuli Venezia Giulia.

Infine, per uniformare la pianificazione di dettaglio delle risorse da destinare alle emittenti locali nelle aree già transitate al digitale prima del 2011 ai dettami della normativa sopra evidenziata, si è provveduto a rivedere la pianificazione relativa a queste ultime aree tecniche che interessano le Regioni Sardegna, Valle D'Aosta, Piemonte, Lombardia,Veneto, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, Lazio e Campania; tale provvedimento è stato adottato con la delibera n. 265/12/CONS del 7 maggio 2012.

La radiofonia digitale

Un capitolo a parte merita la pianificazione della radiofonia digitale in Italia, mercato il cui sviluppo non è ancora ai livelli di quello della televisione digitale terrestre, ma che possiede le potenzialità per costituire in futuro una risorsa strategica per il sistema radiofonico. La radiofonia digitale, evoluzione naturale della radiofonia analogica, è infatti di notevole interesse per tutte le imprese del settore, e ha la possibilità di aprire a nuovi editori il mercato della fornitura dei contenuti che possono essere veicolati su detta piattaforma.

In previsione di ciò, e per dare un impulso al mercato, anche su richiesta di alcune associazioni di categorie e di emittenti nazionali tra cui la Concessionaria del servizio pubblico, l'Autorità ha ritenuto opportuno adottare un provvedimento per l'avvio di un progetto pilota per il DAB, sulla base di quanto previsto dalla delibera n. 664/09/CONS, che interessasse la Provincia Autonoma di Trento. Per tale motivo si è provveduto a definire una prima pianificazione nella Regione Trentino Alto Adige. Infatti, sulla base della disponibilità di risorse destinate al servizio di radiodiffusione radiofonica in tecnica digitale dalla Conferenza di Ginevra 2006, unitamente alla valutazione delle frequenze utilizzabili in banda III-VHF, a seguito dell'avvenuta conversione del sistema televisivo in tecnica digitale, è stata adottata la delibera n. 180/12/CONS che reca il piano provvisorio di assegnazione delle frequenze per il servizio radiofonico digitale terrestre nelle Provincie Autonome di Trento e Bolzano, per l'attivazione di un progetto pilota nella Provincia Autonoma di Trento.

In parallelo a quanto sopra riportato, è stata condotta una intensa attività internazionale al fianco del Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento comunicazioni, finalizzato a massimizzare le possibilità di utilizzo delle frequenze ben oltre quanto pianificato per l'Italia dalla Conferenza di Ginevra del 2006, attraverso accordi bilaterali con i Paesi confinanti (vedi paragrafo 4.1.2.)

Si vuole da ultimo sottolineare l'importanza che ha avuto sull'insieme delle attività sopra descritte, il sistema di gestione *on-line* del Catasto nazionale delle frequenze, avviato a gennaio 2009. Il Catasto (vedi paragrafo 3.5.2.) si è affermato come un importante strumento di conoscenza del sistema radiotelevisivo italiano e come un punto di riferimento per numerose attività tecniche e amministrative tra cui, in particolare, quelle legate al processo di pianificazione per la transizione alla televisione digitale terrestre. L'aggiornamento *on-line* dei dati da parte degli operatori consente un

costante monitoraggio delle dinamiche che caratterizzano l'utilizzo dello spettro elettromagnetico di radiodiffusione e permette pertanto di svolgere le attività di competenza relative alla pianificazione sulla base di informazioni sempre più accurate e aderenti alla realtà esistente.

3.2.2.4. La comunicazione commerciale televisiva e radiofonica

L'art. 1, comma 6, lett. b), nn. 3 e 5, della legge n. 249 del 1997, ha affidato all'Autorità il compito di effettuare l'attività di vigilanza sulle modalità di distribuzione dei servizi e dei prodotti, inclusa la pubblicità in qualunque forma diffusa, e di emanare i regolamenti attuativi delle disposizioni di legge in materia di pubblicità sotto qualsiasi forma e di televendite.

Il monitoraggio sulle emittenti televisive e radiofoniche permette l'effettuazione dei controlli sulla comunicazione commerciale delle emittenti televisive, sia nazionali che locali, ai fini dell'esercizio del potere sanzionatorio in caso di eventuali violazioni della relativa disciplina normativa e regolamentare. Le rilevazioni sono quantitative, sulla durata degli eventi pubblicitari, e qualitative, sul posizionamento della comunicazione commerciale all'interno dei programmi o tra i programmi stessi e sull'analisi di alcuni contenuti pubblicitari, in funzione generale di garanzia dell'utenza e in casi specifici di ambiti merceologici la cui promozione è disciplinata o vietata dalla legge. Inoltre, nell'ambito dell'attività svolta dall'Autorità in materia di comunicazione commerciale, occorre ricordare l'attività di adozione di pareri in materia di pubblicità ingannevole e pratiche commerciali scorrette.

Il più volte citato decreto legislativo n. 44/2010 ha innovato in maniera radicale il Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici per quanto riguarda alcuni aspetti peculiari della trasmissione della comunicazione commerciale audiovisiva. In particolare, è stata modificata la disciplina di alcune modalità di trasmissione della pubblicità. Fermi restando i limiti di affollamento orario, è ora stabilito che interruzioni pubblicitarie all'interno dei programmi possano avvenire ogni 30 minuti, anche nelle opere cinematografiche e nei telegiornali. È stato anche regolamentato l'inserimento di prodotti all'interno di programmi televisivi.

L'articolo 40-*bis* del testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, introdotto dal decreto legislativo n. 44/2010 in attuazione della Direttiva europea sui servizi di media audiovisivi, ha consentito per specifiche categorie di programmi (opere cinematografiche, film e serie prodotti per i servizi di media audiovisivi, programmi sportivi e programmi di intrattenimento leggero) la possibilità di inserimento di prodotti, assoggettandola ad alcune condizioni intese ad evitare l'esercizio di influenza da parte degli inserzionisti sul contenuto editoriale dei programmi e a introdurre appositi strumenti di identificazione della presenza di prodotti commerciali per renderne consapevole il telespettatore. La disposizione pone a carico dei soggetti che vogliano avvalersi della possibilità di inserire i prodotti l'onere di adottare appositi testi di autoregolamentazione, volti a specificare le condizioni di legge preesistenti sull'inserimento di prodotti, e conferisce all'Autorità la funzione di vigilanza sul rispetto delle previsioni autoregolamentari.

Nell'esercizio di tale competenza, l'Autorità ha esaminato diversi testi autoregolamentari, richiamando in alcuni casi a un più puntuale dettaglio delle condizioni di

legge in particolare con riferimento alle previsioni limitative dell'influenza sul contenuto editoriale e del divieto di attribuzione di indebito rilievo ai prodotti inseriti nel programma.

Inoltre, in considerazione della complessità della materia oggetto di autoregolamentazione, della novità delle fattispecie e della diversificazione delle possibili forme di inserimento dei prodotti anche in relazione ai diversi media audiovisivi e radiofonici, con delibera 19/11/CSP del 20 gennaio 2011, l'Autorità ha deliberato l'istituzione di un apposito osservatorio permanente in materia di inserimento dei prodotti, quale sede di interlocuzione tra gli operatori e l'Autorità stessa relativamente alle problematiche derivanti dalla applicazione pratica dell'inserimento dei prodotti nei programmi dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, alla individuazione delle fattispecie concrete e alla analisi della compatibilità delle varie forme di inserimento con la normativa interna e comunitaria, garantendo altresì il contributo tecnico dell'Autorità alle istanze istituzionali e autodisciplinari, interne, comunitarie e internazionali sulla specifica materia del *product placement*.

Ai fini, poi, della verifica del rispetto della delibera n. 34/09/CSP recante disposizioni in materia di livello sonoro dei messaggi pubblicitari e delle televendite – in base alla quale le emittenti radiotelevisive pubbliche e private e i fornitori di contenuti operanti su frequenze terrestri e via satellite non possono diffondere messaggi pubblicitari e televendite con una potenza superiore a quella ordinaria dei programmi secondo un algoritmo e parametri di rilevazione definiti dalla stessa Autorità, di cui sono state evidenziate le linee salienti nella scorsa Relazione – l'Autorità, con la collaborazione della Fondazione Ugo Bordoni, ha portato avanti una campagna di misura sperimentale effettuata nel corso del 2011 dalla quale è stata rilevata una sostanziale ottemperanza alle norme da parte delle emittenti televisive.

Le pratiche commerciali scorrette

A seguito dell'entrata in vigore, il 21 settembre 2007, dei decreti legislativi n. 145 e n. 146, che hanno adeguato la normativa interna in materia di pubblicità ingannevole e comparativa e di pratiche commerciali scorrette alle disposizioni della direttiva 2005/29/CE, l'Autorità è chiamata ad esprimere il proprio parere sia sulla pubblicità, sia sulle pratiche commerciali, quando le stesse siano o debbano essere diffuse attraverso la stampa periodica o quotidiana ovvero per via radiofonica o televisiva o altro mezzo di telecomunicazione.

La norma (art. 26, comma 5, del Codice del consumo adottato con decreto legislativo n. 206/2005) che disponeva l'obbligatorietà del parere non vincolante "quando il 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" è stata modificata con la sostituzione delle parole "pubblicità" e "pratica commerciale" alla originaria espressione "messaggio pubblicitario", lasciando inalterata la sostanza e la *ratio* della norma. D'altro canto, essa ha introdotto, nella nuova prospettiva di tendenza che favorisce le pratiche di *moral suasion*, il nuovo istituto degli "impegni", consistenti in una dichiarazione del professionista avente a oggetto la modifica del messaggio o della pratica e l'impegno a riparare le conseguenze del comportamento contestato, che viene recepita e resa obbligatoria attraverso l'accettazione da parte dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato con la conseguenza di "far venire meno i profili di illegittimità della pubblicità".

Nel periodo di riferimento, l'Autorità ha provveduto a rendere 110 pareri su 132 messaggi pubblicitari, di cui 28 su messaggi diffusi attraverso la stampa periodica e quotidiana, 9 per via telefonica, 3 per via radiofonica e 9 televisiva, 83 tramite altri mezzi di comunicazione, di cui 71 su internet; 22 dei pareri resi riguardano messaggi diffusi su più mezzi.

3.2.2.5. La tutela dei minori e degli utenti

Nel periodo di riferimento l'Autorità ha dedicato particolare attenzione allo svolgimento delle attività in materia di tutela dei minori e degli utenti sia sotto il profilo scientifico, mettendo a punto una serie di ricerche i cui risultati sono confluiti nel Libro bianco sul rapporto tra minori e media, sia dal punto di vista regolamentare, concludendo le attività istruttorie per il conseguimento di quanto disposto dal decreto legislativo del 15 marzo 2010, n. 44 di recepimento della direttiva 2007/65/CE, sia dal punto di vista dell'attività di vigilanza e procedimentale.

Il settore delle comunicazioni sta vivendo una fase di profonda trasformazione, dovuta all'innovazione tecnologica e ai processi di digitalizzazione e di convergenza multimediale, che comporta nuove e più complesse modalità di fruizione dei contenuti e di interazione con i diversi media da parte degli utenti. La necessità di garantire un adeguato livello di tutela dei minori da contenuti audiovisivi nocivi e di promuovere sensibilità e nuovi approcci al problema ha indotto l'Autorità ad approfondire, attraverso un apposito studio interdisciplinare, il rapporto tra l'offerta multimediale e i comportamenti dei minori. Il progetto, particolarmente complesso, è stato portato a compimento attraverso la redazione del "Libro Bianco" sul rapporto tra media e minori, che – arricchito di indicazioni operative, per esempio inerenti alla valutazione delle misure poste a tutela dei minori, agli aspetti interpretativi delle norme di settore e alle prospettive di intervento – intende rappresentare un importante punto di riferimento per gli operatori e per tutte le istituzioni che hanno competenza in materia (cfr. Focus cap. 1).

Sul piano regolamentare, l'Autorità ha posto in essere le procedure necessarie per il raggiungimento di quanto stabilito dalle norme di recepimento della direttiva 2007/65/CE. A questo proposito, il Ministero dello sviluppo economico ha adottato il decreto 1° aprile 2011, pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 100 del 2 maggio 2011, che ha recepito il documento contenente i criteri di classificazione dei programmi i cui contenuti "possono nuocere gravemente allo sviluppo fisico, psichico o morale dei minori" classificabili come a visione per soli adulti, documento già approvato dal Comitato Media e Minori ed oggetto di intesa espressa dall'Autorità. Con l'approvazione della delibera n. 220/11/CSP del 22 luglio 2011 si sono inoltre conclusi i lavori del "Tavolo tecnico per l'adozione della disciplina di dettaglio sugli accorgimenti tecnici da adottare per l'esclusione della visione e dell'ascolto da parte di minori di contenuti audiovisivi classificabili a visione per soli adulti ai sensi dell'articolo 9 del decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44" ed è stata adottata la disciplina di dettaglio sugli accorgimenti tecnici volti ad escludere la visione e l'ascolto da parte dei minori di contenuti audiovisivi classificabili a visione per soli adulti.

Dal punto di vista delle attività di vigilanza si sono intensificati i rapporti e le occasioni di collaborazione con il Comitato di applicazione del Codice di autoregolamentazione media e minori, con il servizio di Polizia postale e delle comunicazioni del Ministe-

ro dell'interno e con il Nucleo speciale per la radiodiffusione e l'editoria della Guardia di finanza, che hanno provveduto a trasmettere all'Autorità i rispettivi accertamenti di competenza. Proficui rapporti di collaborazione si sono altresì posti in essere con il Consiglio nazionale degli utenti che, con la sua attività, ha garantito all'Autorità un costante rapporto con i cittadini utenti, sia in quanto singoli sia in quanto membri delle numerose associazioni operanti in questo campo nella società civile, facilitando il delicato e vitale compito di coglierne le esigenze, le osservazioni e gli orientamenti.

Si sono inoltre rafforzati i canali di comunicazione e le attività di formazione e di aggiornamento rivolte ai Comitati regionali per le comunicazioni (Co.re.com.), organi funzionali dell'Autorità, ai fini del perseguimento di una più efficace azione di vigilanza sul territorio. L'Autorità ha poi concluso numerosi procedimenti volti a verificare il rispetto delle norme poste a tutela dei minori e degli utenti da parte di servizi di media audiovisivi diffusi in tecnica digitale terrestre e satellitare, di cui si rende conto nel paragrafo 3.2.5.

3.2.2.6. Gli obblighi di programmazione e investimento in produzioni europee e indipendenti

L'art. 16 della direttiva 2010/13/UE prevede che i fornitori di servizi di media audiovisivi riservino alle opere europee 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. L'art. 17 prevede che i fornitori di servizi di media audiovisivi riservino alle opere europee realizzate da produttori indipendenti almeno il 10% del loro tempo di trasmissione – escluso il tempo dedicato a notiziari, manifestazioni sportive, giochi televisivi, pubblicità o servizi di *teletext* e televendite – oppure, a scelta dello Stato membro, il 10% almeno del loro bilancio destinato alla programmazione.

Per i fornitori di servizi di media audiovisivi su richiesta, l'art. 13 prevede la promozione, ove possibile e con i mezzi adeguati, della produzione di opere europee e l'accesso alle stesse. La promozione potrebbe riguardare, fra l'altro, il contributo finanziario che tali servizi apportano alla produzione di opere europee e all'acquisizione di diritti sulle stesse o la percentuale e/o il rilievo delle opere europee nel catalogo dei programmi offerti dai fornitori di servizi di media audiovisivi a richiesta.

Le citate norme della direttiva sono state recepite in Italia dal decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44 e trasfuse nell'articolo 44 del Testo unico della radiotelevisione. L'Autorità ha conseguentemente rivisto il proprio regolamento attuativo adottato con delibera n. 66/09/CONS e l'ha integrato con la delibera n. 397/10/CONS per le disposizioni relative ai servizi di media audiovisivi lineari e con la delibera n. 188/11/CONS per le disposizioni relative ai servizi di media audiovisivi su richiesta, di cui si è dato conto nella Relazione annuale 2011.

Il monitoraggio sul rispetto degli obblighi di programmazione e investimento

L'attività di verifica del rispetto di tali obblighi è stata effettuata mediante il monitoraggio dei programmi e l'analisi dei modelli inviati dai soggetti iscritti al Registro degli

operatori di comunicazione. I dati raccolti sono stati utilizzati per effettuare la relazione biennale alla Commissione europea sulla promozione e distribuzione delle opere europee e delle produzioni indipendenti relativa al periodo 2009-2010 ai sensi dell'articolo 13, comma 2, della direttiva 2010/13/UE. La Tabella 3.8 riassume i dati medi nazionali relativi agli obblighi di programmazione in opere europee, opere europee recenti e di investimento in opere di produttori indipendenti al netto dei canali esentati da tali obblighi.

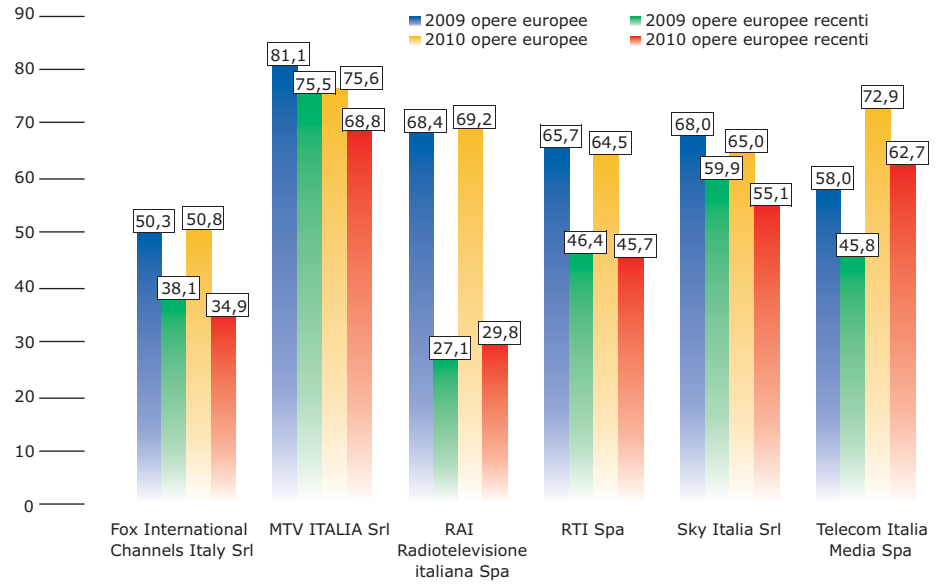
Tabella 3.8. *Dati medi nazionali degli adempimenti agli obblighi di programmazione e investimento*

2009			2010		
Opere europee	Opere europee recenti	Opere produttori indipendenti	Opere europee	Opere europee recenti	Opere produttori indipendenti
59,2%	12,6%	17,1%	60,8%	11,4%	14,8%

Fonte: Autorità

La Figura 3.7 riassume i dati elaborati a seguito dell'attività di monitoraggio riferita al biennio 2009 e 2010, dando conto dei dati relativi alla programmazione di opere europee e di opere europee recenti dei principali gruppi televisivi.

Figura 3.7. *Programmazione di opere europee e opere europee recenti*



Fonte: Autorità

La programmazione di opere europee è verificata anche mediante un monitoraggio giornaliero sui principali palinsesti. Gli scostamenti rilevati rispetto alle dichiarazioni dei soggetti controllati equivalgono a pochi decimali, e sono attribuibili alla differente qualificazione di alcune opere co-prodotte.

In ordine all'obbligo di destinare almeno il 10% degli introiti alle produzioni realizzate da produttori indipendenti, le risultanze oggetto del monitoraggio, con riferimento ai principali soggetti operanti nel settore, sono riassunte nella Tabella 3.9 che prende in considerazione i primi 5 gruppi in termini di ricavi pubblicitari, il cui aggregato è pari al 90% del valore totale del settore. Tutti i gruppi indicati raggiungono valori superiori al minimo come evidenziato in tabella.

Tabella 3.9. *Investimenti in produzioni realizzate da produttori indipendenti*

	RAI	RTI	SKY	FOX	TIMEDIA
2009	17%	15,9%	22,4%	19,2%	13,6%
2010	16,3%	16,3%	14,4%	15,7%	17,5%

Fonte: Autorità

Relativamente ai fornitori di sevizi di media audiovisivi su richiesta, la disposizione regolamentare introdotta nel 2011 prevede un'introduzione graduale dell'obbligo di inserimento nei cataloghi di opere europee o, in alternativa, di investimento nell'acquisizione delle stesse.

Il rilascio di deroghe dagli obblighi di programmazione e investimento

In materia di obblighi di programmazione e di investimento, l'Autorità può rilasciare deroghe in applicazione della citata delibera n. 66/09/CONS, il cui art. 8 disciplina le modalità di richiesta e concessione di deroghe da tali obblighi, così come definiti dal medesimo regolamento. La presentazione della richiesta di deroga (totale o riferita a specifici obblighi) è subordinata al ricorrere di almeno una delle seguenti condizioni: a) la mancata realizzazione di utili in ciascuno degli ultimi due anni di esercizio; b) il possesso di una quota di mercato riferita ai ricavi da pubblicità, da televendite, da sponsorizzazioni, da contratti o convenzioni con soggetti pubblici e privati, da provvidenze pubbliche e da offerte televisive a pagamento, inferiore all'1%; c) la natura di canale tematico. Nel periodo di riferimento sono pervenute 10 richieste di deroga da parte di società esercenti palinsesti trasmessi su più piattaforme trasmissive. La Tabella 3.10 riassume la tipologia dei soggetti richiedenti, con la specificazione che alcuni operatori soddisfano più di uno dei requisiti previsti.

Tabella 3.10. *Deroghe dagli obblighi di programmazione e di investimento*

Canale tematico	9
Mancata realizzazione di utili nell'ultimo biennio	3
Quota di mercato inferiore all'uno per cento	5
Totale richieste	10

Fonte: Autorità

Una volta verificata la sussistenza di tali requisiti, l'Autorità è chiamata a valutare l'istanza di deroga, tenendo conto, tra l'altro, della tipologia del programma televisivo, del pubblico di riferimento, della linea editoriale e della sua coerenza con l'effettiva programmazione, della tipologia dell'offerta in chiaro o a pagamento, dell'effettiva disponibilità di prodotto compatibile con la linea editoriale del programma. Tali criteri sono stati altresì richiamati dalla sentenza n. 4509/2009 del Consiglio di Stato, Sez. VI, secondo la quale l'impossibilità di reperimento sul mercato di opere di produzione europea relative ad un determinato genere di programmazione costituisce elemento idoneo a giustificare una deroga. L'Autorità ha tenuto debitamente in considerazione le indicazioni fornite dal Consiglio di Stato, predispondendo la realizzazione, laddove rivelatosi opportuno per un'adeguata valutazione delle istanze di deroga, di apposite indagini informative, atte a verificare la disponibilità di determinati prodotti sul mercato audiovisivo europeo.

Nel periodo di riferimento sono state concesse due deroghe dall'obbligo di programmazione di opere europee specificatamente dedicate ai minori, per i quali l'eventuale investimento nelle stesse avrebbe dunque comportato una dispersione delle risorse finanziarie impiegate per l'approvvigionamento dei programmi essenziali al raggiungimento degli obiettivi di ascolto programmati e della conseguente raccolta pubblicitaria. Con riferimento alle opere europee e di produttori indipendenti europei, invece, è stata accordata una deroga per un palinsesto fortemente specializzato in un genere non reperibile presso i produttori europei.

3.2.2.7. Gli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione e la pubblicazione e la diffusione dei sondaggi

Gli indici di ascolto e di diffusione

L'esplosione dei nuovi media, in atto da alcuni anni, ha causato una grande frammentazione delle *audience*, con un aumento esponenziale dei prodotti offerti. La crescente "familiarizzazione" degli utenti all'uso e consumo dei prodotti mediali ha generato, al contempo, *audience* più partecipative rispetto al passato. Esse sono connotate da una maggiore creatività e coinvolgimento, tanto da essere protagoniste di dinamiche di "resistenza" o "cooperazione" con i prodotti mediali e con le stesse imprese che li generano e distribuiscono. Importanti trasformazioni sono avvenute nelle strategie messe in atto dai fornitori di contenuti. Per questi, l'ampliamento dell'offerta ha consentito di competere e giocare su tavoli diversi, potendo, infatti, uno stesso contenuto essere declinato su più piattaforme. La diffusione in rete degli *user generated content*, la "crossmedialità" dei prodotti e la possibilità di fruirli attraverso piattaforme e *device* diversi ha comportato un aumento delle problematicità della misurazione degli ascolti attraverso le modalità tradizionali. Gli istituti di rilevazione devono far fronte ai cambiamenti operando un generale ripensamento delle tecnologie adottate. Tutto ciò ha dato origine a una competizione tra testate dello stesso settore, nonché tra mezzi diversi o, nel caso di uno stesso medium, tra differenti modalità trasmissive.

Alla luce di questo scenario, l'attività di vigilanza in materia di indici di ascolto dei mezzi di comunicazione da parte dell'Autorità ha dovuto necessariamente riguardare i continui sviluppi metodologici.

Per quanto concerne l'ascolto televisivo rilevato da Auditel, a seguito di una denuncia all'Autorità garante della concorrenza e del mercato circa l'esistenza di talune criticità circa le indagini condotte dalla società, per presunti comportamenti di abuso di posizione dominante, l'Autorità ha reso il prescritto parere di competenza sullo schema del provvedimento finale dell'AGCM nella delibera n. 629/11/CONS del 22 novembre 2011. Nel corso di tale procedimento, sono stati valutati in particolare i seguenti aspetti:

– la modalità di pubblicazione giornaliera dei dati di ascolto televisivi relativi alla voce "Altre digitali terrestri";

– la modalità di pubblicazione giornaliera dei dati di ascolto televisivi relativi a ciascun canale e distinti per modalità trasmissiva (analogica terrestre, digitale terrestre, satellitare, IPTV);

– l'espansione dei dati di ascolto alla popolazione non dotata di apparecchi televisivi.

In ordine ai primi due aspetti metodologici, il parere dell'Autorità ha evidenziato che i dati mensili e giornalieri degli ascolti delle emittenti digitali terrestri vengono pubblicati nei *report* "Altre digitali terrestri", attraverso una scomposizione del dato "altre terrestri" in "altre digitali terrestri" e "altre analogiche terrestri", fermo restando il dato aggregato della voce "altre SAT non pubblicate", che include i canali satellitari trasmessi solo in modalità digitale e non pubblicati singolarmente. La diffusione dei dati dei singoli canali per piattaforma trasmissiva è legata al "principio della volontarietà", ovvero all'espressa richiesta da parte delle emittenti, nel rispetto dei vincoli contrattuali.

Sull'ultimo dei temi citati, l'espansione dei dati di ascolto alla popolazione non dotata di apparecchi televisivi, Auditel ha affrontato la problematica complessiva delle famiglie che si dichiarano "non possessori di apparecchio televisivo" seguendo due linee d'intervento: la prima è riferita alla ricerca di base, la seconda alla composizione del *panel*.

Per quanto concerne la ricerca di base, occorre verificare se la dichiarazione del mancato possesso dell'apparecchio televisivo sia dovuta al suo utilizzo senza collegamento d'antenna, oppure al più volte denunciato fenomeno di evasione del canone. Sulla composizione del *panel*, l'intervento di Auditel è consistito nell'inserimento al suo interno di una quota di famiglie senza apparecchio televisivo, considerando queste ultime alla stregua di quelle che non hanno guardato la televisione per l'intera giornata.

Va rilevato, inoltre, che nel contesto della scelta metodologica per la realizzazione della ricerca di base, l'Autorità si è attivata per rimuovere gli ostacoli al conseguimento di un obiettivo più volte dichiarato da Auditel, consistente nell'accedere alle liste anagrafiche in luogo di quelle elettorali ai fini di una migliore manutenzione del *panel*. A oggi, l'utilizzo dei dati contenuti nell'INA-Indice nazionale delle anagrafi, istituito presso il Ministero dell'interno, non consente, per l'incompletezza delle informazioni, l'attivazione di una ricerca di base per la formazione del campione. A seguito della recente approvazione del nuovo Regolamento di gestione dell'Indice nazionale delle anagrafi, la banca dati INA sarà presto aggiornata con l'inserimento di ulteriori tipologie di dati anagrafici, quali la composizione del nucleo familiare e l'indirizzo di residenza, divenendo così adatta ai fini di una corretta metodologia di rilevazione.

Per quanto riguarda il monitoraggio degli ascolti radiofonici, l'Autorità era intervenuta già negli anni passati rilevando una serie di criticità in merito sia alle modalità di rilevazione degli ascolti sia alla composizione e alla *governance* di Audiradio. La deli-

bera n. 75/09/CSP aveva fornito precise indicazioni a riguardo, tuttavia il percorso di conformazione della società Audiradio agli indirizzi formulati dall'Autorità si è rilevato particolarmente complesso. Il percorso di conformazione da parte della società Audiradio agli indirizzi formulati dall'Autorità con la delibera n. 75/09/CSP, avviato lo scorso anno, si è rilevato particolarmente complesso. Il processo di allargamento della compagine societaria, deliberato dal Consiglio di amministrazione della società e completato nel mese di gennaio 2011, non ha trovato pratica ed effettiva attuazione a causa di una evidente contrapposizione che si è sviluppata tra le diverse componenti in seno alla società Audiradio, sia in relazione alle regole di *governance*, sia alla metodologia della ricerca.

La società di rilevazione è entrata così in una fase di stallo che non ha consentito di assumere decisioni cruciali per la propria esistenza, fino alla mancata approvazione del bilancio e la conseguente messa in liquidazione.

In considerazione della perdurante indisponibilità di un'indagine ufficiale degli ascolti radiofonici in Italia, in data 6 luglio 2011, l'Autorità ha adottato la delibera n. 182/11/CSP recante "Linee guida sull'organizzazione dell'attività di rilevazione degli indici di ascolto radiofonici". Con tale provvedimento s'invitavano i soggetti del comparto radiofonico alla riorganizzazione del sistema di rilevazione degli indici di ascolto, attraverso proposte sia sulla *governance* del nuovo soggetto rilevatore, sia sui criteri metodologici della ricerca da impiegare. Dall'analisi delle posizioni pervenute e dal ciclo di audizioni tenuto a tale scopo dall'Autorità, sono emersi punti di convergenza. In particolare, si è condivisa l'esigenza che la nuova entità da costituire consenta un effettivo bilanciamento delle partecipazioni societarie e che sia rappresentativa di tutte le componenti del settore radiofonico, ivi comprese quelle del mercato pubblicitario. Un ulteriore punto di convergenza è stata l'esigenza di operare un'effettiva separazione dell'organo di gestione amministrativa da quello di gestione tecnica della ricerca e di individuare organismi terzi, *super partes*, per garantire la trasparenza e correttezza del sistema d'indagine.

Per quanto concerne la metodologia, si è convenuto sulla possibilità di introdurre una ricerca di base di cui il settore radiofonico finora è stato sprovvisto e che, invece, caratterizza ormai da lungo tempo l'indagine Auditel. Tale ricerca permetterebbe, infatti, di investigare in maniera approfondita l'universo radiofonico in termini di nuove modalità di ascolto, facendo emergere l'effettiva penetrazione del mezzo anche in rapporto alle diverse piattaforme di distribuzione e ai differenti *device* utilizzati.

L'esigenza di identificare un modello unitario, relativo sia alla metodologia, sia alla *governance*, volto a superare le divergenze residuali tra le posizioni dei diversi operatori, ha indotto l'Autorità a emanare la delibera n. 320/11/CSP del 20 dicembre 2011, recante "Consultazione pubblica sull'organizzazione dell'attività di rilevazione degli indici di ascolto radiofonici e costituzione di un tavolo tecnico". Con tale provvedimento, nel quale sono stati formulati gli indirizzi operativi per l'organizzazione dell'attività di rilevazione degli indici di ascolto radiofonici, l'Autorità si è riservata di adottare la definitiva organizzazione dell'attività di rilevazione all'esito sia della predetta consultazione, sia dei lavori del tavolo tecnico appositamente costituito. Al tavolo tecnico, i cui lavori sono tuttora in corso, sono stati invitati a partecipare tutti i soggetti interessati alla riorganizzazione dell'attività di rilevazione, con la possibilità di far intervenire esperti di comprovata esperienza nel settore.

La stima della fruizione dei media *on-line* è fornita regolarmente dalla società Audiweb attraverso un "Sistema integrato" capace di misurare la navigazione in rete

effettuata da personal computer presenti nelle abitazioni, negli uffici e in altri luoghi pubblici come per esempio biblioteche, internet *point* e dispositivi mobili. Tali rilevazioni svolte sul *panel* dei navigatori vengono regolarmente integrate con i dati censuari rilevati sui siti editoriali censiti da Audiweb, tramite *feedback* tecnici verso i *web server* di sistemi *browser-based*.

Secondo i dati Audiweb, nel mese di febbraio 2012, risultano 27,7 milioni gli italiani con età compresa tra i 2 e i 74 anni che si sono collegati a internet almeno una volta. Essi rappresentano il 50,7% della popolazione, con una crescita del 9,2% in un anno. L'audience *on-line* nel giorno medio registra una crescita del 7,3%, con 13,8 milioni, un milione di utenti attivi in più rispetto a quelli registrati lo stesso periodo dello scorso anno.

La realizzazione dell'indagine Audipress, svolta dai due istituti di ricerca Doxa e Ipsos, è stata realizzata anche per il 2011 su un campione di 33.000 intervistati per i quotidiani e di 21.000 per i periodici. Il campione di ricerca, in entrambi i casi, è stato ripartito in tre cicli, ognuno dei quali costituito, rispettivamente, da 11.000 e 7.000 interviste condotte tramite sistema CAPI, con l'utilizzo di *tablet*. La pubblicazione dei dati Audipress viene effettuata cumulando i due cicli più recenti per i quotidiani, e gli ultimi tre cicli per i periodici. Pertanto il totale degli intervistati, su base annua, è pari rispettivamente a 22.000 e 21.000 unità.

Dai dati Audipress del 2011 emerge, in controtendenza rispetto alla contrazione delle vendite, un incremento dell'indice di lettura. L'aumento del numero dei lettori di quotidiani è stato dell'1,8%, quello dei periodici dello 0,2%. L'evoluzione tecnologica e la scelta strategica di quasi tutte le testate di estendere le propria diffusione attraverso i nuovi media, sta consentendo alle imprese editrici di conservare significative quote di *audience*. Il 46,2% della popolazione adulta (14 anni e più) legge i quotidiani, mentre il 62,0% i periodici.

Nella seconda parte del 2011, l'Autorità ha rilevato che la società Audimovie ha svolto con regolarità indagini campionarie sulla fruizione del mezzo cinematografico e ha provveduto, pertanto, a includerla tra i soggetti realizzatori di indagini sugli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione sottoposti alla propria vigilanza. Il mezzo cinematografico, infatti, è nel tempo divenuto un efficace veicolo di messaggi pubblicitari, oggetto di investimenti che non si limitano alla mera produzione dell'opera, ma che mirano a più ampie strategie editoriali e commerciali segnate dalla cross-medialità.

Audimovie rileva regolarmente i dati sulle presenze nelle sale cinematografiche e quelli relativi ai profili socio-demografici degli spettatori. Le informazioni sono utilizzate per la pianificazione pubblicitaria tenendo conto degli esercizi frequentati dai soggetti del *panel* e dei film da loro visti. Per la misurazione quantitativa, Audimovie si affida ai dati prodotti da Cinetel, istituto specializzato nella stima del numero di presenze per schermo cinematografico. La raccolta riguarda più di 3.000 sale e oltre 1.000 complessi cinematografici distribuiti in circa 500 città italiane. Il *panel* adottato da Audimovie è rappresentativo dell'universo famiglie italiane, ed è costituito da 4.000 famiglie per un totale di circa 10.000 individui. L'indagine continuativa fornisce le informazioni relative ai profili dell'utenza del cinema su base mensile, rilevando il totale dei visitatori del cinema e, tra questi, gli utenti che hanno assistito a un film nelle sale appartenenti ai circuiti di diffusione pubblicitaria delle concessionarie attualmente aderenti ad Audimovie: Sipra, Opus e Moviemedia.

La pubblicazione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa

Nel periodo di riferimento ha avuto luogo la prima applicazione del Regolamento allegato alla delibera n. 256/10/CSP in materia di pubblicazione e diffusione di sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa, che ha sostituito la delibera n. 153/02/CSP. Le novità introdotte dal nuovo Regolamento, che sono state illustrate sia in occasione di un *workshop* pubblico a pochi mesi dalla sua entrata in vigore, sia di incontri formativi con i Co.re.com. che sono chiamati a darvi applicazione a livello locale, sono state progressivamente assimilate dagli operatori del settore, tanto che la pressoché totalità di coloro i quali sono stati contattati dall'Autorità ha tempestivamente corretto i propri comportamenti, conformandosi alla normativa. A seguito dell'entrata in vigore del regolamento, l'Autorità ha altresì elaborato delle linee-guida, trasmesse ai Co.re.com., per l'esercizio da parte di questi della funzione delegata di vigilanza sul rispetto dei criteri fissati nel regolamento relativo alla pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa diffusi in ambito locale, con lo scopo di fornire loro un aggiornamento sull'evoluzione normativa che disciplina la materia, in particolare sulle novità introdotte dal nuovo Regolamento, e un supporto per l'espletamento dell'attività di vigilanza in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui media a livello locale.

Dall'analisi effettuata sull'attività di diffusione del documento informativo sul sito dell'Autorità, richiesto dall'art. 3, comma 3, del regolamento, si sono evidenziate alcune criticità relative alla corretta interpretazione della definizione di "sondaggio". In numerose occasioni, infatti, sono stati sottoposti all'attenzione dell'Autorità indagini, studi e ricerche che non comportano la manifestazione di una preferenza da parte dell'intervistato e che, conseguentemente, producono dati quantitativi di natura statistica non assimilabili a quelli relativi al sondaggio d'opinione.

Per quanto concerne poi la competenza per la valutazione nel merito di sondaggi d'opinione e di sondaggi politico-elettorali, l'Autorità ha stabilito un rapporto di proficua collaborazione con la Presidenza del Consiglio dei ministri – Dipartimento per l'informazione e l'editoria, cui spetta l'analisi e la conseguente diffusione del documento informativo in materia di sondaggi politico-elettorali, realizzando sinergicamente un'attività di assistenza agli operatori del settore nei casi in cui la qualificazione della tipologia di rilevazione posta in essere causasse dubbi interpretativi.

Nella pratica si è infatti rilevato che uno dei più frequenti errori compiuti dai soggetti realizzatori dei sondaggi consiste nell'invio del documento all'ente istituzionale non competente. A seguito dell'approvazione del nuovo Regolamento si è data vita ad una fattiva collaborazione istituzionale fra enti, tale per cui la Presidenza del Consiglio dei ministri – Dipartimento per l'informazione e l'editoria (competente per i sondaggi politico–elettorali) e l'Autorità sono in costante contatto al fine di ottemperare nel modo più efficiente possibile alle disposizioni di legge. In particolare, la Presidenza ha implementato un sistema di verifica dei documenti pervenuti al proprio indirizzo, segnalando all'Autorità, titolare del potere sanzionatorio, le irregolarità riscontrate.

I procedimenti istruttori avviati si sono tutti conclusi con un provvedimento di archiviazione in via amministrativa per adeguamento spontaneo. In particolare, sono intervenute 4 archiviazioni per adeguamento spontaneo durante la campagna elettorale 2011, 4 inviti a correggere comportamenti non conformi alle norme, tradottisi in altrettanti adeguamenti da parte degli operatori, 5 comunicazioni di errato invio del documento che hanno visto l'immediata correzione del soggetto coinvolto. Si sono

registrati due casi di violazione del divieto di diffusione di sondaggi nei 15 giorni antecedenti al voto durante la campagna elettorale per le elezioni regionali della Regione Molise, tradottosi nell'ordine adottato con delibera n. 210/11/CSP del 6 luglio 2011 nei confronti del quotidiano a diffusione locale *Il domani della Calabria* e nell'ordine nei confronti del periodico *Il Primo* adottato con delibera n. 313/11/CSP del 12 dicembre 2011 di pubblicare l'avvenuta violazione sulla prima edizione utile del periodico.

3.2.2.8. I diritti audiovisivi sportivi e degli eventi di particolare rilevanza e il diritto di cronaca

Le competenze in materia di disciplina della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi, di individuazione periodica delle piattaforme emergenti per la disciplina della commercializzazione dei diritti audiovisivi, nonché di regolamentazione e di vigilanza sull'esercizio del diritto di cronaca sono state attribuite all'Autorità dal decreto legislativo 9 gennaio 2008, n. 9 recante "Disciplina della titolarità e della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e relativa ripartizione delle risorse". Le connesse attività vengono svolte, secondo le procedure istruttorie recate dalla delibera n. 307/08/CONS, dall'Ufficio diritti digitali, già Ufficio regolamentazione e vigilanza sui diritti audiovisivi sportivi e sull'informazione sportiva, all'uopo istituito con delibera n. 99/08/CONS.

La tematica dei diritti audiovisivi sportivi risulta essere centrale nel dibattito sullo sviluppo della società dell'informazione, in un contesto in cui il mondo dei contenuti sta subendo profonde trasformazioni, rappresentate dalla affermata digitalizzazione dei contenuti e dalla crescente disponibilità di tipologie diverse di mezzi per la diffusione dei prodotti editoriali destinati all'utenza finale. La tutela e la gestione dei diritti digitali si è estrinsecata in attività di definizione dei parametri non solo giuridici, ma anche tecnologici ed economici funzionali alla realizzazione delle funzioni di competenza dell'Autorità in quest'ambito. Parallelamente, nei singoli ambiti di competenza, sono state espletate le funzioni di vigilanza sia *ex officio* sia procedendo in forza di segnalazioni: detta attività si è concretizzata in una cospicua attività di tipo sanzionatorio, di cui si dà conto nel paragrafo 3.2.5.

La commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi

Nel periodo di riferimento, in relazione alle attività previste dall'art. 6 del citato decreto legislativo n. 9/2008, attesa la scissione della Lega Nazionale Professionisti in Lega Nazionale Professionisti Serie A e Lega Nazionale Professionisti Serie B, l'Autorità, per la parte di propria competenza rispetto all'esercizio dell'omologo potere da parte dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, ha approvato con le delibere n. 426/11/CONS del 22 luglio 2011 e n. 680/11/CONS del 12 dicembre 2011 le linee-guida per la commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi riferibili, rispettivamente, al campionato di Serie A e di Serie B e agli eventi a ciascuno di essi correlati per le stagioni sportive 2012/2013, 2013/2014 e 2014/2015. In entrambi i casi l'Autorità ha ribadito la necessità di garantire, in tutte le fasi della procedura di assegnazione, la più ampia partecipazione a tutti gli operatori della comunicazione, indipendentemente dal titolo abilitativo posseduto, e il pieno rispetto dei principi generali dettati dal citato decreto, avuto specifico riguardo alla garanzia delle condizioni di assolu-

ta equità, trasparenza e non discriminazione tra i partecipanti. Particolare attenzione è stata poi attribuita all'eventualità di esito negativo delle procedure di vendita centralizzata, alle modalità di ritorno dei diritti invenduti in capo alle società sportive e all'autonoma negoziazione degli stessi. È stato ribadito che eventuali modifiche al contenuto dei pacchetti posti in commercializzazione a seguito della necessità di procedere a nuove procedure competitive non debbano essere lesive del valore dei diritti esclusivi già assegnati, e che le modalità di scelta degli eventi da commercializzare siano concordate con le singole società sportive nel pieno rispetto dell'autonomia delle stesse.

La commercializzazione dei diritti sportivi sulle piattaforme emergenti

Con delibera n. 598/11/CONS del 17 novembre 2011, l'Autorità ha avviato la fase istruttoria del procedimento per l'individuazione delle piattaforme emergenti, ai fini della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi ai sensi dell'art. 14, del d.lgs. 9 gennaio 2008, n. 9 e dell'art. 10 del regolamento adottato con delibera n. 307/08/CONS.

Secondo il citato art. 14 del d.lgs. n. 9/2008, la commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi destinati alle piattaforme emergenti deve avvenire a condizioni economiche più vantaggiose rispetto a quelle praticate per la fruizione di detti diritti attraverso piattaforme trasmissive consolidate, sia dal punto di vista tecnologico che economico, e ciò allo scopo di incentivare la diffusione e lo sviluppo di nuove modalità di fruizione dei contenuti di media audiovisivi.

Nella precedente delibera n. 665/09/CONS del 26 novembre 2009 l'Autorità aveva individuato i criteri metodologici funzionali all'espletamento della valutazione in via di prima applicazione, focalizzando l'attenzione su elementi di matrice tecnologica, che assumono valenza generale, considerato che le nuove tecnologie si sviluppano a livello globale, nonché su elementi di tipo economico, i quali risentono delle specificità del mercato italiano. Puntualizzati i parametri valutativi, l'Autorità ha, in tale sede, svolto l'analisi con riguardo alla televisione digitale terrestre, alla televisione satellitare, alla televisione su rete IP (IPTV), alla televisione via rete mobile (GSM/GPRS/UMTS/HSDPA), alla televisione via rete DVB-H e alla *web-tv*, nonché alla televisione analogica terrestre e alla televisione via cavo, e tra esse aveva individuato come piattaforme emergenti la televisione su rete IP, la televisione via rete mobile e la televisione via rete DVB-H.

Nell'ambito della fase istruttoria del nuovo procedimento istruttorio, l'Autorità, dopo aver confermato la funzionalità dei parametri valutativi già individuati in precedenza, ha provveduto a raccogliere presso gli operatori potenzialmente interessati dalla delibera le informazioni preliminari necessarie al vaglio delle piattaforme trasmissive attualmente disponibili. Dall'analisi delle informazioni raccolte è quindi emerso un quadro dettagliato dell'utilizzo delle diverse piattaforme trasmissive da parte degli operatori del settore, del grado di evoluzione tecnologica connesso alla singola piattaforma, nonché della risposta in termini economici prodotta dalle diverse modalità di fruizione dei contenuti audiovisivi.

All'esito della fase istruttoria, il quadro complessivamente emerso presenta importanti novità che hanno portato a confermare la valutazione già espressa nella delibera n. 665/09/CONS per la televisione digitale terrestre e satellitare e a ritenere che, allo stato attuale, non possano più essere considerate come emergenti le piatta-

forme trasmissive della TV su IP (nella quale sono state fatte rientrare l'IPTV, la *web-tv* e l'OTT-TV), della televisione via rete mobile (GSM/GPRS/UMTS/HSDPA/LTE) e della televisione via rete DVB-H, valutazione che è stata sottoposta a consultazione pubblica con delibera n. 103/12/CONS dell'8 marzo 2012.

La lista degli eventi di particolare rilevanza per la società

La delibera n. 131/12/CONS del 15 marzo 2012, recante "*Approvazione definitiva della lista degli eventi di grande rilevanza di cui è assicurata la trasmissione su palinsesti in chiaro*" conclude il processo di revisione, integrazione e aggiornamento della delibera n. 8/99 del 9 marzo 1999, iniziato con la consultazione pubblica indetta con delibera n. 302/10/CONS del 24 giugno 2010, alla luce del disposto dell'articolo 32-*ter* del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, introdotto dal decreto legislativo n. 44/2010, di recepimento dell'art. 14 della direttiva sui servizi di media audiovisivi 2007/65/CE, ora 2010/13/UE. Tale articolo 32-*ter* attribuisce all'Autorità il compito di compilare una lista degli eventi, nazionali e non, considerati di particolare rilevanza per la società di cui è assicurata la diffusione su palinsesti in chiaro, determinando altresì se le trasmissioni televisive di tali eventi debbano essere in diretta o in differita, in forma integrale ovvero parziale. La *ratio* del citato articolo è che sia garantita a una parte consistente del pubblico italiano la visione degli eventi di particolare rilevanza su canali televisivi gratuiti accessibili alla maggior parte della popolazione, senza costi supplementari per l'acquisto di impianti tecnici. In tal modo è impedita la trasmissione solo in forma codificata degli eventi inseriti nella lista e la conseguente frustrazione della finalità della norma.

Per esser considerato "di particolare rilevanza per la società" un evento deve rispondere ad almeno due dei seguenti quattro criteri individuati dalla Commissione europea:

a) l'evento e i suoi esiti godono di risonanza speciale e generalizzata in Italia e interessano anche altre persone oltre a quelle che normalmente seguono il tipo di evento in questione;

b) l'evento gode da parte della popolazione di un riconoscimento generalizzato, riveste una particolare importanza culturale ed è un catalizzatore dell'identità culturale italiana;

c) l'evento coinvolge la squadra nazionale di una determinata disciplina sportiva in un torneo internazionale di grande rilievo;

d) l'evento è stato tradizionalmente trasmesso sulla televisione non a pagamento e ha raccolto un ampio pubblico di telespettatori in Italia.

L'Italia è stato tra i primi Stati membri dell'Unione europea ad adottare, con la citata delibera n. 8/99, una lista di eventi di particolare rilevanza per la società, in ottemperanza alla direttiva 89/552/CE, ed è oggi il primo in assoluto a essersi attivato per procedere al relativo aggiornamento, a seguito dell'adozione della direttiva 2010/13/UE.

Considerata la derivazione comunitaria delle misure che gli Stati membri pongono in essere per dare attuazione alla materia in questione, le liste nazionali, una volta approvate nel contenuto, devono essere sottoposte alla valutazione del Comitato di contatto presso la Commissione europea, che riunisce nel suo consesso rappresentanti di tutti gli Stati membri per le materie coperte dalla citata direttiva e che ha tre mesi

di tempo decorrenti dalla notifica del provvedimento per esprimere il proprio parere sulla compatibilità con il diritto dell'Unione europea delle misure adottate dagli Stati membri. A tale verifica di compatibilità col diritto comunitario è altresì subordinata l'opponibilità delle liste nazionali alle emittenti stabilite in altri Stati membri.

Ai fini di tale procedura di notifica, pertanto, l'Autorità, con delibera n. 425/11/CONS del 22 luglio 2011, ha preliminarmente approvato la lista da sottoporre al parere del Comitato di contatto della Commissione europea, in esito a una consultazione pubblica dal respiro internazionale e caratterizzata da un costante confronto con i competenti Uffici della Commissione.

Il Comitato di contatto della Commissione europea, nella riunione del 23 novembre 2011, si è espresso positivamente sulla compatibilità delle misure proposte dall'Autorità con la citata delibera di approvazione preliminare della lista italiana, n. 425/11/CONS, con il diritto dell'Unione europea, dichiarando di non avere alcuna osservazione o modifica da proporre al riguardo.

Conseguentemente, in data 21 dicembre 2011, la Commissione, con decisione n. C/2011/9488, avendo verificato la proporzionalità delle misure adottate e la trasparenza della procedura di consultazione condotta dall'Autorità, ha dichiarato di ritenere le disposizioni preliminarmente adottate dall'Autorità con la citata delibera n. 425/11/CONS compatibili con il diritto dell'Unione europea.

Conseguentemente, in data 15 marzo 2012, il Consiglio dell'Autorità ha definitivamente adottato le misure sottoposte alla Commissione europea con la delibera n. 131/12/CONS, recante "*Approvazione definitiva della lista degli eventi di grande rilevanza di cui è assicurata la trasmissione su palinsesti in chiaro*", la cui entrata in vigore è prevista per il prossimo 1° settembre 2012.

3.2.2.9. La tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica

In materia di tutela del diritto d'autore, l'Autorità ha visto accrescere progressivamente il proprio ruolo grazie a interventi del legislatore che poggiano su tre pilastri normativi ben identificati. Il primo riconoscimento di competenze è avvenuto nel 2000, con la legge n. 248, che, nell'aggiornare le disposizioni della legge n. 633/41, inseriva l'articolo 182-*bis*, con cui si attribuivano all'Autorità e alla SIAE, nell'ambito delle rispettive competenze previste dalla legge, poteri di vigilanza. La norma attribuisce altresì all'Autorità, al comma 3, poteri di ispezione, da espletarsi tramite i propri funzionari, agendo in coordinamento con gli ispettori della SIAE, con l'obbligo di informare gli organi di polizia giudiziaria in caso di accertamento di violazioni. A tale generale potere di vigilanza e di ispezione si sono affiancati, nel 2010, i poteri di regolamentazione attribuiti dall'articolo 32-*bis* del decreto legislativo n. 44, che impone ai fornitori di servizi di media audiovisivi – come definiti al medesimo articolo – il rispetto dei diritti d'autore e dei diritti connessi nell'esercizio della propria attività, prevedendo altresì che l'Autorità emani le disposizioni regolamentari necessarie per rendere effettiva l'osservanza dei limiti e dei divieti di cui alla norma citata. L'articolo 32-*bis* del Testo unico e l'articolo 182-*bis* della legge sul diritto d'autore si integrano, poi, con le disposizioni contenute nel decreto legislativo n. 70 del 2003, di recepimento della direttiva sul commercio elettronico, che traccia contenuti e limiti delle responsabilità dei prestatori intermediari, a seconda che svolgano attività di *mere conduit*, di *caching* e *hosting* di

contenuti digitali, e, nell'introdurre il doppio binario di tutela – amministrativa e giudiziaria –, prevede che l'autorità "amministrativa avent[e] funzioni di vigilanza" possa esigere, al pari di quella giudiziaria, che il prestatore di servizi "impedisca o ponga fine alle violazioni commesse".

Con delibera n. 398/11/CONS del 6 luglio 2011, l'Autorità ha indetto una consultazione pubblica su uno schema di regolamento in materia di tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica, in esito alla precedente fase di consultazione pubblica sui lineamenti di provvedimento in tale materia, indetta con delibera n. 668/10/CONS del 17 dicembre 2010. La consultazione pubblica si è svolta, come da prassi dell'Autorità, con una fase scritta, terminata il 15 settembre 2011 e una fase orale, terminata il 25 ottobre 2011, durante la quale hanno avuto luogo le audizioni con i 36 soggetti che ne avevano fatto richiesta.

L'iniziativa regolamentare sottoposta a consultazione pubblica ha inteso proporre un modello di tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica in grado di coniugare i molteplici interessi in gioco, entrambi riconosciuti come principi fondamentali del sistema: la libertà di ricevere e comunicare informazioni o idee senza limiti di frontiere, che è alla base delle esigenze socio-culturali di conoscenza sollevate dai cittadini in rete, e la tutela dei diritti d'autore che costituiscono il fondamento del diritto dei produttori di contenuti a che non vengano depauperati da un utilizzo illegale degli stessi.

Nell'ottica di pervenire a un equilibrato bilanciamento degli interessi, lo schema riflette un modello che si pone su una linea di avanguardia nel panorama europeo, perché strutturato secondo un mosaico di linee di intervento che toccano tutte le corde del sistema, secondo un'articolazione di misure sia di *promotion* che di *enforcement*, dove i singoli aspetti della filiera sono stati tutti ritenuti egualmente degni di attenzione.

Parallelamente alla consultazione, il 3 agosto 2011 lo schema di regolamento è stato notificato ai competenti uffici della Commissione europea conformemente a quanto previsto dalla direttiva 98/34/CE (cd. direttiva trasparenza). In base a tale direttiva, infatti, gli Stati membri sono tenuti a notificare i progetti delle regolamentazioni tecniche relative ai prodotti e ai servizi della società dell'informazione, ivi incluse le procedure amministrative, alla Commissione e agli altri Stati membri prima che queste siano formalmente introdotte nelle legislazioni nazionali. Gli altri Stati membri e la Commissione possono presentare osservazioni in merito alla compatibilità con il diritto comunitario entro un periodo di 3 mesi dalla notifica. Nelle more che questi si esprimano, lo Stato che ha notificato lo schema di provvedimento deve astenersi dall'adottarlo in modo definitivo (cd. periodo di *standstill*) e al momento della redazione del provvedimento definitivo deve tenere conto delle osservazioni pervenute.

Mentre nessuno Stato membro ha presentato osservazioni, il 3 novembre 2011 sono pervenute alcune richieste di informazione e chiarimenti da parte della Commissione europea. La Commissione ha preliminarmente osservato che il progetto di regolamento coincide chiaramente con il suo stesso obiettivo di limitare alla fonte la pirateria *on-line* e che, pertanto, seguirà con grande interesse lo sviluppo nazionale in tale settore.

La Commissione non ha eccepito alcun rilievo in ordine alla sussistenza del potere in capo all'Autorità, in quanto autorità amministrativa, ad adottare alcuno dei provvedimenti previsti dalla direttiva sul commercio elettronico. A parte i rilievi di carattere prettamente formale, in ordine alle modalità di presentazione delle segnalazioni, o di tipo redazionale a fini di maggiore chiarezza, la Commissione ha concentrato i pro-

pri rilievi sul rispetto del principio di proporzionalità, con particolare riferimento alla tempistica e alle garanzie procedimentali dei soggetti a diverso titolo coinvolti nella procedura, sia quella individuale dinanzi al gestore del sito, sia quella amministrativa dinanzi all'Autorità, e del principio del paese di destinazione che è alla base delle direttiva sul commercio elettronico (2000/31/CE), sul diritto d'autore nella società dell'informazione (2001/29/CE), e della direttiva *enforcement* (2004/48/CE), con riguardo agli interventi nei confronti di siti esteri e in ordine al livello di coinvolgimento dei fornitori di servizi di accesso, e ha richiamato l'attenzione sul divieto di introdurre nuove eccezioni rispetto a quelle già contemplate dalle direttive sul diritto d'autore.

Le proposte regolamentari dell'Autorità hanno contribuito a stimolare un vivace dibattito che si inserisce in una più ampia prospettiva di iniziative sia a livello comunitario (si pensi alla Comunicazione interpretativa della Commissione europea sull'applicazione della direttiva sul commercio elettronico dell'11 gennaio 2012), sia a livello dei singoli ordinamenti (si citano, a titolo esemplificativo, la normativa sulla pirateria informatica recentemente entrata in vigore in Spagna e i numerosi disegni di legge – SOPA, PIPA, CISPA – che si sono avvicendati negli ultimi mesi all'esame del Parlamento statunitense) sia a livello sovranazionale (si veda il forte interesse suscitato nell'opinione pubblica dal Trattato denominato ACTA - *Anti-Counterfeiting Trade Agreement*, ovvero accordo commerciale anticontraffazione, firmato in data 26 gennaio 2012).

In ragione dell'intenso confronto sviluppatosi tra le categorie a vario titolo interessate, il Presidente dell'Autorità è stato ascoltato in audizione dinanzi alle VII e VIII Commissioni riunite del Senato in data 21 e 28 marzo 2012 e in data 4 aprile 2012 dinanzi alla Commissione parlamentare di inchiesta sui fenomeni della contraffazione e della pirateria in campo commerciale, con lo scopo di aggiornare il Parlamento sulle problematiche emerse in materia di diritto d'autore nel settore internet. Nella fase attuale, come rilevato anche nel testo delle audizioni, il dibattito nazionale relativo alla proposta di regolamento ha lasciato emergere l'esigenza di un intervento del legislatore, volto a chiarire e meglio definire i compiti dell'Autorità con una norma di interpretazione autentica della legislazione vigente.

3.2.3. Il servizio pubblico radiotelevisivo

Il Contratto di servizio vigente, relativo al triennio 2010-2012, è stato approvato con decreto del Ministro dello sviluppo economico del 27 aprile 2011, è entrato in vigore il 28 giugno 2011 e andrà a scadere il 31 dicembre 2012.

Nella sostanza, il Contratto 2010-2012 costituisce uno strumento di transizione che, pur ponendosi in evidente continuità con il precedente contratto (2007-2009), presenta diverse innovazioni peculiari.

In sintesi, le principali novità riguardano i seguenti aspetti:

– è stata impressa una prevalente connotazione tecnica agli ulteriori obblighi di servizio pubblico, data l'esigenza di dettagliare il compimento del processo *di switch-off* dei canali televisivi dall'analogico al digitale;

– i parametri normativi a cui è assoggettato l'operatore pubblico sono stati integrati e ampliati da ulteriori disposizioni (art. 2, commi 4 e 5). Alle fonti normative nazionali e comunitarie, che sorreggono la missione e definiscono gli obblighi di servizio pub-

blico, si affiancano ora il "Codice etico della Rai" e la "Carta dei doveri degli operatori del servizio pubblico" che a loro volta recepiscono, per la parte di competenza, il "Codice di autoregolamentazione in materia di rappresentazione di vicende giudiziarie nelle trasmissioni radiotelevisive" (sottoscritto il 21 maggio 2009), il "Codice di autoregolamentazione delle trasmissioni di commento degli avvenimenti sportivi" (cosiddetto "Codice media e sport", sottoscritto il 25 luglio 2007), il "Codice TV e minori" di cui all'art. 34 del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici;

– i controlli sulla programmazione risultano intensificati. In base al Contratto in essere, oltre a monitorare la qualità della programmazione e della *corporate reputation*, l'operatore pubblico deve condurre monitoraggi periodici finalizzati a rilevare l'eventuale presenza, nei programmi televisivi e radiofonici, di pubblicità occulta (art. 2, comma 6) e deve verificare, attraverso apposito monitoraggio della programmazione complessiva, il rispetto delle "pari opportunità nonché la corretta rappresentazione della dignità della persona" (art. 2, comma 7);

– sono stati previsti specifici controlli dell'offerta rivolta agli utenti con disabilità. In particolare:

- con riferimento all'analisi della *corporate reputation*, l'art. 3, comma 4, lett. e), del Contratto impegna la Rai a monitorare sia "la possibilità effettiva di accesso alla programmazione delle persone con disabilità sensoriali o cognitive resa possibile da specifiche trasmissioni audio descritte, trasmissioni in modalità *telesoftware* per le persone non vedenti", sia "la qualità delle modalità tecniche utilizzate per assicurare l'accesso effettivo alla programmazione delle persone con disabilità sensoriali, avendo particolare riguardo al monitoraggio della qualità della sottotitolatura in relazione alle tecniche utilizzate";
- l'art. 13, comma 5, prevede la messa a punto di un idoneo sistema di analisi e monitoraggio della qualità e della quantità della programmazione (televisiva e multimediale) per utenti con disabilità sensoriali e/o cognitive;

– l'informazione viene disciplinata da un articolo dedicato che puntualizza i criteri di qualità ai quali l'operatore pubblico deve attenersi (art. 4);

– i generi predeterminati di servizio pubblico dell'offerta televisiva presentano una nuova articolazione (art. 9, comma 2). In luogo dei nove generi previsti dal Contratto 2007-2009, il Contratto in vigore ne contempla sei che risultano così definiti: 1) Informazione e approfondimento generale, 2) Programmi e rubriche di servizio, 3) Programmi e rubriche di promozione culturale, 4) Informazione e programmi sportivi, 5) Programmi per minori, 6) Produzioni audiovisive italiane ed europee;

- il progredire del processo di transizione al digitale nelle diverse aree tecniche del Paese, ormai giunto a compimento, ha ampliato l'offerta televisiva dell'operatore pubblico. Oltre alle tre reti generaliste terrestri, tradizionalmente di servizio pubblico, la tecnologia digitale rende oggi fruibili tutte le reti Rai semigeneraliste[132] e tematiche, distribuite sulle diverse piattaforme. In considerazione dell'ampliamento dell'offerta, il Contratto di servizio 2010-2012 ha impegnato l'operatore pubblico a riservare ai 6 generi predeterminati, sopra elencati, una quota predominante della programmazione annuale di servizio pubblico non solo sulle tre reti generaliste, ma anche sulle reti semigeneraliste e tematiche (art. 9, comma 1);

132 Una programmazione è definita "semigeneralista" quando è dedicata a generi differenziati, inclusa l'informazione, nessuno dei quali raggiunge il 70% della programmazione stessa (delibera n. 366/10/CONS dell'8 e 15 luglio 2010).

– è stata incrementata la quota di programmazione di cui sopra delle reti generaliste Raiuno, Raidue e Raitre (dal 65% del totale al 70% del totale);

– anche nel caso dell'offerta radiofonica i generi predeterminati di servizio pubblico sono stati oggetto di una ridefinizione parziale;

– si intraprende un percorso di trasparenza sulla gestione economico-finanziaria del servizio pubblico; una delle disposizioni introdotte in tal senso riguarda, ad esempio, l'obbligo di pubblicare il documento sui conti annuali separati, certificati dalla società di revisione, sul sito *web* dell'operatore pubblico (art. 27, comma 6, del Contratto).

La programmazione televisiva e radiofonica di servizio pubblico

L'offerta televisiva

L'art. 9, comma 1, del Contratto di servizio 2010-1012 stabilisce che, tra le ore 06:00 e le ore 24:00, le tre reti generaliste terrestri Raiuno, Raidue e Raitre debbono complessivamente riservare, ai generi predeterminati di servizio pubblico "non meno del 70 per cento della programmazione annuale", e Raitre "non meno dell'80 per cento". La Tabella 3.11 presenta i dati sul volume dell'offerta 2011, trasmessi all'Autorità da Rai, ai sensi del cmma 6 del citato art. 9 del Contratto. I valori, aggregati per generi e reti, sono espressi in ore, minuti e secondi ed in percentuali.

Tabella 3.11. *Rai - I generi predefiniti dal Contratto di servizio 2010-2012 nelle reti generaliste Periodo: 1° gennaio-31 dicembre 2011. Fascia oraria 06:00-24:00 (Valori in ore nette* e %)***

Canale	Raiuno		Raidue		Raitre		Totale generaliste	
	h.m.s.	%	h.m.s.	%	h.m.s.	%	h.m.s.	%
Genere								
Informazione e approfondimento generale	1255:38:14	20,99	1198:19:52	19,60	2497:25:19	40,10	4951:23:25	27,02
Programmi e rubriche di servizio	1120:05:29	18,72	411:26:13	6,73	399:48:08	6,42	1931:19:50	10,54
Programmi e rubriche di promozione culturale	343:56:01	5,75	233:20:03	3,82	1212:47:02	19,47	1790:03:06	9,77
Informazione e programmi sportivi	131:37:56	2,20	435:20:12	7,12	268:56:09	4,32	835:54:17	4,56
Programmi per minori	17:00:40	0,28	1391:22:56	22,76	209:21:42	3,36	1617:45:18	8,83
Produzioni audiovisive italiane ed europee	759:29:31	12,70	430:46:06	7,05	979:26:13	15,73	2169:41:50	11,84
Totale generi predefiniti	**3627:47:51**	**60,64**	**4100:35:22**	**67,07**	**5567:44:33**	**89,39**	**13296:07:46**	**72,56**
Altri generi***	2354:45:23	39,36	2013:26:57	32,93	660:38:47	10,61	5028:51:07	27,44
Totale programmazione	**5982:33:14**	**100**	**6114:02:19**	**100**	**6228:23:20**	**100**	**18324:58:53**	**100**

** Ore nette: sono esclusi pubblicità, telepromozioni e televendite, spot promozionali di rete, spot, campagne sociali, annunci, sigle, intervalli, segnali orari, interruzioni e sospensioni delle trasmissioni.*

*** I totali possono non corrispondere alla somma dei valori delle singole voci per effetto degli arrotondamenti.*

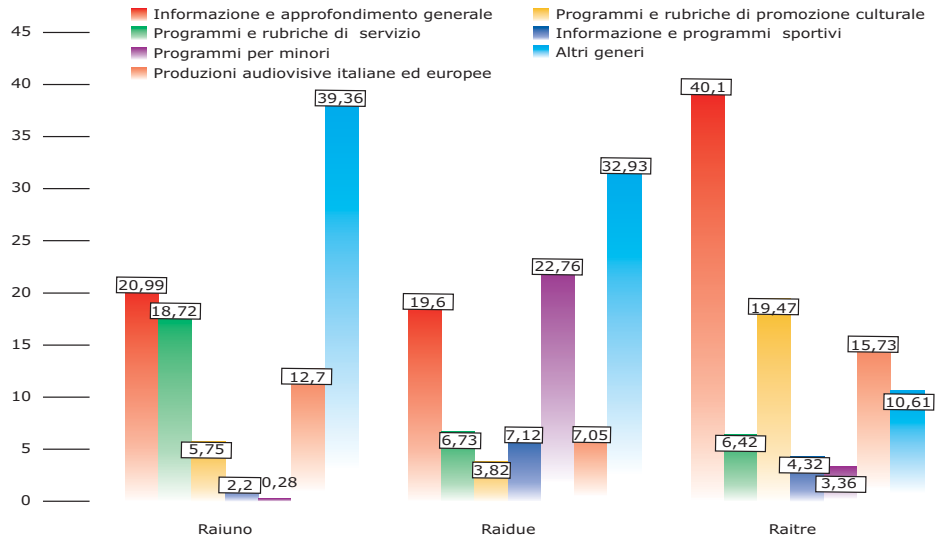
**** La voce "altri generi" comprende le macrocategorie Film e Fiction extraeuropei e Intrattenimento.*

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Rai

Dai dati si evince che, nell'anno 2011, la programmazione delle tre reti generaliste è stata costituita per il 72,56% dai generi predeterminati di servizio pubblico; emerge, altresì, che quasi il 90% dell'offerta di Raitre è stata dedicata ai generi predefiniti e che il 40,10% di tale programmazione ha riguardato il genere "Informazione e approfondimento generale".

La Figura 3.8 visualizza l'articolazione dei palinsesti di ciascuna rete generalista, mostrando le peculiarità dell'offerta dei tre canali.

Figura 3.8. *Rai - Composizione dell'offerta 2011. Generi per rete generalista (fascia oraria: 06:00-24:00)*



Fonte: Autorità

La comparazione pone in luce, tra l'altro, i seguenti aspetti:

– tutte e tre le reti generaliste hanno garantito ampio spazio al genere "Informazione e approfondimento generale" (20,99% Raiuno; 19,60% Raidue; 40,10% Raitre);

– i programmi di genere diverso da quelli predefiniti rappresentano circa il 40% dell'offerta di Raiuno e circa il 33% dell'offerta di Raidue;

– la programmazione per minori si concentra su Raidue (22,76%), i programmi e le rubriche di promozione culturale su Raitre (19,47%), i programmi e le rubriche di servizio su Raiuno (18,72%);

– il genere "Produzioni audiovisive italiane ed europee" connota prevalentemente i palinsesti di Raitre (15,73%) e di Raiuno (12,7%).

Come in precedenza anticipato, in base al disposto dell'art. 9, comma 1, anche le reti semigeneraliste e tematiche riservano ampio spazio della propria programmazione ai 6 generi predeterminati dal nuovo Contratto (art. 9, comma 2). Al riguardo, in conformità con quanto previsto per le reti generaliste, il citato comma 1 stabilisce che "almeno il 70 per cento" della programmazione complessiva annuale delle reti specializzate venga dedicato ai generi predefiniti.

La Tabella 3.12 riporta le informazioni fornite da Rai (Informativa semestrale sul periodo 1° gennaio - 30 giugno 2011, documento "Canali specializzati") sulla specializzazione delle reti semigeneraliste e tematiche.

Tabella 3.12. *Rai – Generi predefiniti dal Contratto di servizio e canali specializzati*

Generi (art. 9, comma 2)	**Canali specializzati***
Informazione e approfondimento generale	RaiNews
Programmi e rubriche di servizio	
Programmi e rubriche di promozione culturale	Rai 5, Rai Storia
Informazione e programmi sportivi	Rai Sport 1, Rai Sport 2
Programmi per minori	Rai YoYo, Rai Gulp
Produzioni audiovisive italiane ed europee	Rai Premium e gran parte della programmazione di Rai Movie, Rai 4

* L'elenco non include Rai Scuola in quanto tale canale è tornato su digitale terrestre alla fine del 2011 (seconda metà del mese di dicembre 2011).
Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Rai

I dati sulla programmazione diffusa nel 2011 dalle reti generaliste e dai canali specializzati sono organizzati nella Tabella 3.13; i valori riportati si riferiscono sia ai generi predefiniti dal Contratto di servizio, sia ai cosiddetti "Altri generi".

Tabella 3.13. *Rai – L'offerta 2011. I generi predefiniti dal Contratto di servizio e gli "Altri generi". Periodo: 1° gennaio-31 dicembre 2011 (Valori in ore nette* e %)***

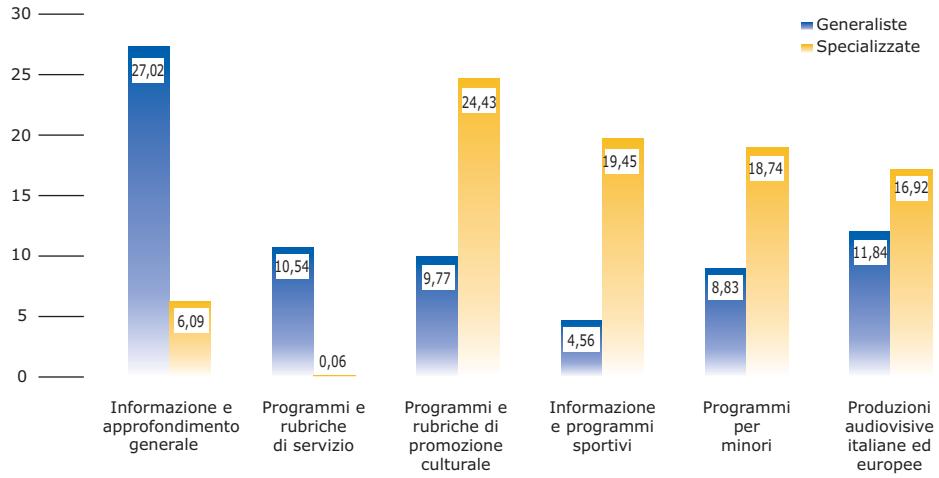
	Reti generaliste		**Reti specializzate**	
	Fascia oraria: 06:00 - 24:00		**Fascia oraria: 02:00 - 24:00**	
	h.m.s.	**%**	**h.m.s.**	**%**
Genere				
Informazione e approfondimento generale	4951:23:25	27,02	5407:32:04	6,09
Programmi e rubriche di servizio	1931:19:50	10,54	57:24:30	0,06
Programmi e rubriche di promozione culturale	1790:03:06	9,77	21680:28:08	24,43
Informazione e programmi sportivi	835:54:17	4,56	17259:13:16	19,45
Programmi per minori	1617:45:18	8,83	16631:08:55	18,74
Produzioni audiovisive italiane ed europee	2169:41:50	11,84	15012:06:17	16,92
Totale generi predefiniti	**13296:07:46**	**72,56**	**76047:53:10**	**85,69**
Altri generi***	5028:51:07	27,44	12698:46:40	14,31
Totale programmazione	**18324:58:53**	**100,00**	**88746:39:50**	**100,00**

** Ore nette: sono esclusi pubblicità, telepromozioni e televendite, spot promozionali di rete, spot, campagne sociali, annunci, sigle, intervalli, segnali orari, interruzioni e sospensioni delle trasmissioni.*
*** I totali possono non corrispondere alla somma dei valori delle singole voci per effetto degli arrotondamenti.*
**** La voce "altri generi" comprende le macrocategorie Film e Fiction extraeuropei e intrattenimento.*
Fonte: Rai

Dai dati emerge che i generi predeterminati dal Contratto di servizio rappresentano l'85,69% dell'offerta dei canali specializzati e, come già evidenziato, il 72,56% della programmazione complessiva delle tre reti generaliste. Il genere a cui le reti generaliste riservano più ampio spazio è l'informazione (27,02% sul totale della programmazione), mentre l'offerta specializzata risulta particolarmente ricca di "Programmi e rubriche di promozione culturale" (24,43% sul totale della programmazione).

La Figura 3.9 focalizza i dati, contenuti nella tabella precedente, relativi ai soli generi predefiniti, ponendo a confronto l'offerta di servizio delle reti generaliste e dei canali specializzati. I valori percentuali riportati nel grafico si riferiscono al totale della programmazione (generi predefiniti + "Altri generi").

Figura 3.9. *Rai – Composizione dell'offerta 2011. Tempo complessivo dei generi predefiniti. Reti generaliste (fascia oraria 06:00-24:00) e Reti specializzate (fascia oraria 02:00-24:00)*



Fonte: Autorità

In base alle disposizioni dell'art. 9, comma 6, del Contratto in vigore, ogni informativa semestrale sul volume dell'offerta classificata secondo i generi predeterminati dal comma 2 del medesimo art. 9, contenente anche "tutti i titoli dei programmi classificati in base ai generi di cui al comma 2" che la Rai trasmette al Ministero, all'Autorità e alla Commissione parlamentare per l'indirizzo e la vigilanza, "deve essere pubblicato sul sito *web* della Rai alla voce 'Programmi televisivi di servizio pubblico finanziati dalle risorse provenienti dal canone di abbonamento'". Stante la disposizione contrattuale, per l'elenco dei titoli dei programmi di genere predefinito, in precedenza reso pubblico dall'Autorità nella Relazione annuale al Parlamento, da quest'anno si rimanda al documento Rai sopra indicato.

L'offerta radiofonica

Le disposizioni sull'offerta radiofonica dettate dal Contratto in vigore ricalcano quelle del Contratto precedente: l'art. 10 stabilisce che la Rai è tenuta a destinare non meno del 70% dell'offerta annuale dei canali nazionali Radio Uno e Radio Due e non meno del 90% dell'offerta annuale di Radio Tre ai sette generi predeterminati ("Notiziari", "Informazione", "Cultura", "Società", "Musica", "Servizio", "Pubblica utilità").

La Tabella 3.14 riporta i dati riferiti alla programmazione radiofonica del 2011. I valori indicano le ore di trasmissione dedicate quotidianamente (c.d. giorno medio – g.m. in tabella) e nell'arco dell'anno a ciascun genere di servizio pubblico per canale.

Tabella 3.14. *Rai – Offerta dei canali radiofonici Radio 1, Radio 2, Radio 3 (1° gennaio - 31 dicembre 2011)*

Generi	Radio1 Ore trasmesse			Radio2 Ore trasmesse			Totale Radio1 e Radio2 Ore trasmesse		Radio3 Ore trasmesse			Totale canali Ore trasmesse	
	g.m.	anno	%	g.m.	anno	%	anno	%	g.m.	anno	%	anno	%
Notiziari	3,68	1280	15,35	2,28	792	9,51	2072	12,43	0,94	338	3,91	2410	9,52
Informazione	7,78	2704	32,42	0,92	320	3,84	3024	18,14	2,60	934	10,81	3958	15,64
Cultura	1,31	454	5,44	1,69	586	7,03	1040	6,24	6,30	2268	26,26	3308	13,07
Società	5,15	1790	21,46	2,94	1020	12,24	2810	16,86	0,29	106	1,23	2916	11,52
Musica	3,13	1088	13,04	9,36	3248	38,99	4336	26,01	12,57	4524	52,37	8860	35,01
Servizio (escluse Audiodescrizioni)	1,16	402	4,82	0,22	76	0,91	478	2,87	0,19	70	0,81	548	2,17
Pubblica utilità	1,20	418	5,01	0,83	288	3,46	706	4,23	0,43	156	1,81	862	3,41
Totale generi predefiniti	23,41	8136	97,54	18,24	6330	75,99	14466	86,77	23,33	8396	97,20	22862	90,33
Altri generi	0,59	205	2,46	5,76	2000	24,01	2205	13,23	0,67	242	2,80	2447	9,67
Totale programmazione	24,00	8341	100,00	24,00	8330	100,00	16671	100,00	24,00	86,38	100,00	25309	100,00

Fonte: Rai

Nel 2011, l'offerta di Radio1 e Radio2 è stata costituita per l'86,77% dai generi predefiniti dal Contratto (97,54% Radio1 e 75,99% Radio2), mentre nel caso di Radio3 il volume di tali generi ha raggiunto il 97,20% della programmazione totale. Come indicano i dati riportati in tabella, i tre canali radiofonici nazionali hanno complessivamente destinato ai generi predefiniti dal contratto una quota di programmazione pari al 90,33% del totale, superando ampiamente i parametri fissati dal citato art. 10. L'informazione ha rappresentato il genere privilegiato da Radio1 (32,42%), mentre l'offerta di Radio2 e in particolare di Radio3 risulta connotata dai programmi musicali (38,99% Radio2; 52,37% Radio3).

La programmazione televisiva per minori

L'articolo 12, comma 9, del Contratto di Servizio 2010-2012 (di identica formulazione all'articolo 7, comma 6, del previgente Contratto di servizio 2007-2009) preve-

de che la Rai adotti un sistema di segnaletica della propria programmazione, di chiara riconoscibilità visiva, che evidenzi, con riferimento a film, *fiction*, e intrattenimento, quelli adatti a una visione congiunta con un adulto e quelli adatti al solo pubblico adulto. Il comma 10 del medesimo art. 12 impegna la Rai "a promuovere, procedendo ad idonei interventi anche di carattere organizzativo, azioni positive destinate a valorizzare, con specifici compiti affidati alle proprie strutture interne, il ruolo educativo, creativo e di intrattenimento del servizio pubblico e a valutarne l'effettiva realizzazione nell'ambito della programmazione".

Su richiesta dell'Autorità, la società Rai ha comunicato, con nota pervenuta il 30 dicembre 2011, di avere adottato già da tempo, e non solo per i tre canali generalisti, ma anche per quelli specializzati, un sistema così articolato:

1. programmazione adatta ad una visione congiunta con un adulto – utilizzo di un segno identificativo di colore giallo (posto immediatamente al di sotto del logo del canale), presente in video per la durata di sessanta secondi con modalità lampeggiante all'inizio del programma. Nel caso di eventuale interruzione del programma, la segnalazione ritorna in video alla ripresa del programma nella modalità sopra descritta;

2. programmazione adatta al solo pubblico adulto – utilizzo del segno identificativo con colore rosso, presente in video per tutta la durata del relativo programma, e in modalità lampeggiante per i primi trenta secondi con l'obiettivo di rendere ancor più evidente la segnalazione.

Tale sistema è stato adottato anche per gli spot promozionali dei diversi programmi.

In base a quanto comunicato dall'operatore pubblico, il nuovo sistema di riconoscibilità è stato implementato, a partire dalla data della sua entrata in funzione, nell'ambito dei processi aziendali di comunicazione delle informazioni sulla programmazione. In tale quadro, ad esempio, l'indicazione delle tipologie di visione suggerite ai telespettatori (determinata dagli editori) è stata comunicata per via telematica – con riferimento alla programmazione sia settimanale sia giornaliera – non solo alle diverse strutture aziendali interessate, ma anche all'Ufficio Stampa che normalmente provvede alla sua diffusione all'esterno a tutti i quotidiani e periodici. In particolare, per i programmi destinati al solo pubblico adulto, è stata prevista la segnalazione anche negli annunci di giornata e nelle pagine Televideo concernenti la programmazione giornaliera.

Per quanto attiene agli adempimenti di cui all'art. 12, comma 10, la Rai ha comunicato di aver posto in essere tutte le azioni richieste entro i termini previsti dal Contratto. Nello specifico, la concessionaria ha dichiarato di aver costituito un'apposita Direzione, denominata "Rai Ragazzi", nell'ambito della quale sono stati fatti confluire, da una parte, i canali tematici Rai Gulp e Rai Yoyo (in precedenza prodotti da RaiSat) e, dall'altra, l'offerta per minori e/o ragazzi precedentemente realizzata nell'ambito dei canali generalisti Raiuno, Raidue e Raitre. Tale riorganizzazione è stata accompagnata dalla decisione di dedicare, in coerenza con le disposizioni dell'articolo 12, comma 2, il canale Rai YoYo ai minori in età prescolare e Rai Gulp ai minori in età scolare.

In tale contesto, l'individuazione del nuovo editore di "Genere" ha consentito:

a. una focalizzazione sul prodotto;

b. la costruzione di un "centro di competenza" nel quale sono andate confluendo le diverse linee di programmazione dedicate a bambini e ragazzi, prima frammentate presso diversi editori;

c. la possibilità di garantire più elevati livelli di efficacia ed efficienza, nonché di sviluppare e rafforzare le capacità creative e di innovazione;

d. l'individuazione del centro di produzione di Torino quale distretto Rai specializzato nell'offerta dedicata al pubblico dei bambini.

Di seguito (tabella 3.15) si riportano i dati sull'ammontare di programmazione per minori trasmessa nel 2011 dalle tre reti televisive generaliste Raiuno, Raidue, Raitre nella fascia oraria 07:00-22:00 (art. 12, comma 3, del Contratto di servizio).

Tabella 3.15. *La programmazione per minori delle reti televisive generaliste terrestri (1° gennaio-31 dicembre 2011). Fascia oraria: 07:00-22:30*

	h.m.s.	%
Programmi per minori*	1505:53:48	9,52
Totale generale (fascia oraria 07:00 – 22:30)	15814:10:06	100,00

** Ore nette: sono esclusi pubblicità, telepromozioni e televendite, spot promozionali di rete, spot campagne sociali, annunci, sigle, intervalli, segnali orari, interruzioni e sospensioni delle trasmissioni.*
Fonti: Rai

L'offerta per gli utenti con disabilità

Il Contratto di servizio 2010-2012 ha previsto specifici interventi di analisi e monitoraggio della programmazione rivolta agli utenti con disabilità. Oltre alla verifica dell'effettiva possibilità di accesso alla programmazione – che, come già evidenziato, si inserisce nell'ambito delle indagini periodiche sulla *corporate reputation* (art. 3, comma 4, lett. e) – l'operatore pubblico è stato chiamato a "mettere a punto un idoneo sistema di analisi e monitoraggio della qualità e della quantità" delle offerte televisiva e multimediale, da condurre "in collaborazione con enti, istituzioni e associazioni del mondo delle persone con disabilità" (art. 13, comma 5). Poiché la realizzazione del citato sistema non risulta vincolata a limiti temporali, l'adempimento di tale disposizione potrà essere verificato solo a fine contratto. Allo stesso modo, l'incremento del volume della programmazione sottotitolata che, in base alle disposizioni dell'art. 13, comma 4, lett. a), deve raggiungere "nel 2012 una quota pari ad almeno il 70 per cento della programmazione complessiva delle reti generaliste tra le ore 6,00 e le ore 24,00" potrà essere valutato solo alla scadenza contrattuale.

Con riferimento all'accesso all'offerta televisiva, la Tabella 3.16 riporta l'elenco di tutti i programmi sottotitolati per non udenti che nel 2011 sono stati trasmessi dalle reti generaliste (generi predefiniti dal Contratto e "Altri generi").

Tabella 3.16. *Rai – Programmi sottotitolati. Distribuzione per genere e rete generalista*

	RAI UNO
Informazione e approfondimento generale	A sua immagine, A sua immagine estate, A sua immagine speciale, Al centro della vita, Anniversario della Repubblica, Beato!, Conf.Stampa Pres.Consiglio, Domenica In l'arena prot.spec., La crisi globale e la..., La meglio gioventù di..., Messaggio del Presidente, Musulmani europei, Pietrelcina come Betlemme, Porta a Porta, Porta a Porta estate, Porta a Porta primaserata, Porta a Porta speciale, Porta a Porta-Tg1 speciale, Qui radio Londra, Referendum, Speciale Parlamento, Speciale Tg1, Speciale Tg1 docufiction, Speciale Tg1 Il documentario, Speciale Tg1 L'inchiesta, sulla strada di Madrid, Tg Parlamento, Tg1, Tg1:150^Ann.unità d'Italia, Tg1:Anniver. della Liberazione, Tg1:Celebrazione Giornata..., Tg1:Esequie solenni c.le magg., Tg1:Gior.naz.della bandiera, Tg1:Intervento Pres.Repubblica, Tg1:nozze principe Alberto..., Tg1:omaggio di Sua Santità..., Tg1:visita del Papa..., Tg1:William & Kate nozze reali, Tg1-Amministrative, Tg1-Dialogo, Tg1-Dieci anni che hanno..., Tg1-Edizione straordinaria, Tg1-Esequie solenne alpino.., Tg1-giornata di preghiera..., Tg1-Prima pagina, Tutti a scuola, Tv7, Tv7 Estate.
Programmi e rubriche di servizio	Angelus, Benedizione urbi et orbi, Le note degli angeli, Meteo verde, Nel nome del cuore, Occhio alla spesa, Rito della via Crucis, Santa Messa, Santa Messa di Natale, Santa Messa di Pasqua, Santa Messa per la Pace, Santa Messa...delle Palme, Se...A casa di..Venerdì Santo, Sua Santità recita il Regina., Telethon, Telethon-Occhio alla spesa, Telethon-Uno mattina, Telethon-Uno mattina storie..., Tg1:cerim.di beatificazione..., Tg1:S.Messa celebrata dal Papa, Tg1-Economia, Uno mattina, Uno mattina estate, Uno mattina estate weekend, Uno mattina storie vere.
Programmi e rubriche di promozione culturale	..."Ci tocca anche Vittorio..., 11 settembre un canto di Pace, 61^ Festival di Sanremo, Dreams road speciale, Dreams roads, Easy driver, Fratelli d'italia, Il meglio di Linea verde, Linea blu, Linea blu ricordi..., Linea verde, Linea verde estate, Linea verde orizzonti, Linea verde orizzonti estate, Mettiamoci all'opera, Napoli milionaria, Overland 12, Overland 9, Passaggio a nord ovest, Quark atlante, Questi fantasmi, Super Quark, Super Quark prossimamente, Super Quark speciale, Tg1-Storia, The natural world, Ti lascio una canzone, Ti lascio una canzone smile, Ti lascio una canzone..Natale, Ti lascio una canzone-finale, Ti lascio una canzone-la festa, Ti Lascio una...un sorriso..., Una cantante in convento, Una voce per Padre Pio.
Informazione e programmi sportivi	Calcio amichevole, Calcio coppa Italia, Calcio qual.camp.Europeo, Calcio Uefa Champions League, Champions League, Gran premio di Formula 1, Pole Position, Pole Position...Il commento, Rai sport, Sport: Calcio.
Programmi per minori	54^ Zecchino d'oro, Biancaneve e i sette nani, È quasi Natale, La sirenetta, Mary Poppins.
Produzioni audiovisive italiane ed europee	2 papà nemici amici, A gonfie vele, Amori e bugie, Apri Rai, Atelier fontana le sorelle..., Caccia al re la narcotici, Cenerentola, Che Dio ci aiuti, Coco Chanel, Cotti e mangiati, Cugino & cugino, Cuore di cioccolato, Destino di una imperatrice, Don Bosco, Don Matteo 2, Don Matteo 3, Don Matteo 4, Don Matteo 5, Don Matteo 6, Don Matteo 7, Don Matteo 8, Dove la trovi una come me?, Edda Ciano e il comunista, Eroi per caso, Ex, Felipe e Letizia dovere e..., Fortapasc, Fuoriclasse, Giovanni Falcone, Giuseppe Moscati, Ho sposato uno sbirro 2, I Vicerè, Il bambino sull'acqua, Il Commissario Manara, Il Commissario Manara 2, Il Commissario Montalbano, Il Commissario Rex, Il Generale Della Rovere, Il giudice ragazzino, Il grande Torino, Il maresciallo Rocca 4, Il maresciallo Rocca 5, Il mercante di stoffe, Il segreto dell'acqua, Il signore della truffa, Il sorteggio, Katie Fforde senza passato..., La casa del guardaboschi, La casa sul lago, La

	donna che ritorna, La donna della domenica, La lancia del destino, La leggenda del bandito e..., La mia casa è piena di..., La principessa Sissi, La ragazza americana, La vera madre, La vita rubata, Lady cop, L'alba di un giorno nuovo, L'amore proibito, Lo smemorato di Collegno, L'uomo che cavalcava nel buio, L'uomo sbagliato, Meglio tardi che mai, Nel cuore della tempesta, Notte prima degli esami '82, Notte prima degli esami oggi, Oggi è già domani, Oltre l'oceano, Onde d'estate, Pinocchio, Preferisco il paradiso, Premio regia televisiva, Provaci ancora prof, Provaci ancora prof 2, Provaci ancora prof 3, Qualcosa di biondo, Quattro giorni in toscana, Rex, Ricette d'amore, Rosamunde Pilcher, Rossella, S.O.S. Befana, Salvo D'acquisto, Sarò sempre tuo padre, Segui il tuo cuore, Sissi la giovane imperatrice, Soraya, Storia di Laura, The millionaire, The young Victoria, Tiberio Mitri il campione e..., Tutta la verità, Tutti pazzi per amore 3, Un ciclone in convento, Un medico in famiglia, Un passo dal cielo, Un rischio che vale la pena..., Veleni a Guguleto, Violetta, Virginia la monaca di Monza, William & Kate una favola...
Altri generi - Intrattenimento	24mila Voci, A spasso con miss Italia..., Affari tuoi, Aspettando miss Italia nel..., Attenti a quei due la sfida, Ballando con le stelle, Ballando con...il ripescaggio, Ballando con...-La finale, Ballando con...-La semifinale, Bontà loro, capodanno italiano, Centocinquanta, Ciak si canta, Ciak si canta la finale, Colpo d'occhio (Tqz), Da Da Da, Di che talento sei?, Domenica In così è la vita, Domenica In così è la..spec., Domenica In così è...finale, Domenica In L'arena, Domenica In L'arena da Sanremo, Domenica In L'arena Due..., Domenica In L'arena Protagon., Domenica In L'arena speciale, Domenica In...amori, Domenica In...amori sp.Sanremo, Domenica In...onda, Domenica In...onda mix, Domenica In...Sanremo, Estate in diretta, Fratelli di test, Gala Tango, Giochiamo al varietè, I migliori anni, I migliori dei migliori anni, I raccomandati, Il meglio di Dom.In L'arena, Il meglio di Dom.In...Amori, Il meglio di un altro varietà, Il più breve spettacolo..., Il più grande spettacolo..., La prova del cuoco, La prova del cuoco speciale, La vita in diretta, La vita in diretta speciale, La vita in diretta storie e..., La vita in diretta un giorno.., L'album de la prova del cuoco, L'anno che verrà (var), L'arena per il sociale, Lasciami cantare!, Le amiche del sabato, L'eredità (Tqz), L'eredità la sfida dei 6, L'eredità la sfida...campioni, Mattina in famiglia (Trs), Mattina in famiglia speciale.., Me lo dicono tutti!, Me lo dicono tutti! Il meglio, Memorie dal bianco e nero, Mille e una notte memoria, Mille e una notte musica (var), Miss Italia 2011, Miss Italia nel mondo, Miss Italia notte, Miss Italia:il reportage, Napoli prima e dopo, Non sparate sul pianista, Ora ci vorrebbe un amico, Perfetti innamorati, Reazione a catena (tqz), Reazione a catena-l'intesa..., Se...a casa di Paola, Se...a casa di Paola a Sanremo, Signore e signora, Soliti ignoti (tqz), Soliti ignoti speciale, Soliti ignoti...e confermo, Sottovoce (Rtl), Telethon-Domenica In così..., Telethon-Domenica In L'ar.prot, Telethon-Domenica In L'arena, Telethon-Domenica In... finale, Telethon-la prova del cuoco, Telethon-La vita in diretta, Telethon-L'eredità, Telethon-L'eredità la sfida.., Telethon-soliti ignoti, Telethon-sottovoce, Telethon-Uno Mattina In..., Un altro varietà, Un Amico è così, Un minuto per vincere, Un minuto per vincere tutti..., Uno Mattina in famiglia, Vengo anch'io!, Verdetto finale (Rsv).
Altri generi Film e Fiction Extraeuropei	Alice non abita più qui, Alta società, Amore in linea, Amori e dissapori, Arctic tale, Arsenico e vecchi merletti, È tempo di sognare, Gente Comune, Heartland, Il cuore di David, Il gioco della vedova nera, Il mio cuore dice si, Il segreto di Pollyanna, Il vento del perdono, Il vento e il leone, In fuga per tre, John Q., La mia casa nel bosco, La mia fedele compagna, La ragazza dei fiori, La sposa dell'imperatore, La tata dei desideri, L'amore porta fortuna, Lassie (di Sturridge C.), Le campane d'argento, Le candele brillavano a bay..., Le due verità di Kate, Le pagine della nostra vita, Le seduttrici, Le sorelle Mcleod, L'ultimo sogno, Miracolo d'amore, Mr.& Mrs.Smith (Flm), Nella valle di Elah, New in town-una sin-

	gle in..., Notte brava a Las Vegas, Occhio al testimone, Operazione sottoveste, Operazione Valchiria, Pretty woman, Rapsodia, Rendez vous d'amore, Ricatto d'amore, Sacrifici del cuore, Saint-Ex, Sei giorni sette notti, The code, Tre scapoli e un bebè, Tutte le strade portano a casa, Un fidanzato per Natale, Un matrimonio molto..., Un papà per due, Un regalo speciale (Bailey N.), Un vero amore per Leah, Una fidanzata per papà, Una stella in cucina, Water.
	RAI DUE
Informazione e approfondimento generale	Annozero, Annozero speciale, Funerale di Marco Simoncelli, Karol, un santo Padre, L'ultima parola, L'ultima parola speciale, Messaggi autogestiti, Messaggio del Presidente, Prima di Annozero, Prima di Annozero speciale, Protestantesimo, Referendum, Saluto Segr.Onu e Pres.Repub., Sbarre, Sorgente di vita, Speciale Parlamento, Sulla via di Damasco, Tg2, Tg2:Celebraz.festa del Lavoro, Tg2:Esequie solenni del..., Tg2-Costume e Società, Tg2-Dossier, Tg2-E...state con costume, Tg2-Edizione straordinaria, Tg2-Medicina 33, Tg2-Medicina 33 estate, Tg2-Motori.
Programmi e rubriche di servizio	Culto della Pentecoste, Culto di Natale, Culto di Pasqua, Culto evangelico.
Programmi e rubriche di promozione culturale	Delitti rock, Domenico Modugno il grande..., Eat parade, Giubileo sacerdotale di..., Insideout pazzi per la scienza, Sereno variabile, Sereno variabile estate, Tg2-Si,viaggiare, Voyager ai confini della..., Voyager indagare per conoscere, Voyager speciale.
Informazione e programmi sportivi	Gran premio di Formula 1, La domenica sportiva, La domenica sportiva speciale, Pole position, Tgsport.
Programmi per minori	A Christmas Carol, A come avventura, A me gli occhi, A scuola con l'imperatore, Agente speciale Oso, Aladdin, Alvin superstar, Art attack, Baciati dalla sfortuna, Basil, L'investigatopo, Battle spirits Dan il..., Billy the cat, Blu Baloon, Bolt un eroe a quattro zampe, Buffalo dreams, Canto di Natale di Topolino, Capitan Flamingo, Cars motori ruggenti, Chiamatemi Gio', Chicken little amici..., Dumbo L'elefante Volante, Earth la nostra terra, Eloise al Plaza, Eppur si muove Galileo, George della Giungla, G-Force superspie in missione, Gli incredibili, Go figure grinta sui pattini, Grosso guaio a River City, Halloweentown High libri e..., Herbie il supermaggiolino, Hercules, House of mouse-Il topoclub, Huntik, I famosi 5, I fratelli Koala, I magici piedini di Franny, I predatori dell'arca perduta, I saurini e i racconti della.., I saurini e i viaggi del..., Il cane pompiere, Il generale e i fratellini..., Il gobbo di Notre Dame, Il piccolo principe, Il treno dei dinosauri, Il weekend di paperino, In 10 sotto un tetto, In giro per la giungla, Inazuma eleven la squadra..., Indiana Jones e il tempio..., Indiana Jones e l'ultima..., Innamorarsi a Manhattan, Johnny Kapahala:Cavalcando..., Jump In!, Karkù Atrevete, Koda fratello orso, Koda, Fratello orso 2, La Banda di Monica, La bella e la bestia un.., La casa di Topolino, La casa nella prateria di..., La complicata vita di..., La notte prima della notte..., La sfida di Jace, La sirenetta 2 ritorno agli..., L'Africa nel cuore, L'albero azzurro, Lanny & Wayne buoni vs cattivi, L'apprendista Babbo Natale, Le nuove avv.di braccio di..., Le principesse del mare, Lilo & Stitch 2, Little Einsteins, Lola & Virginia, Loopdidoo, Luna di miele...con fantasmi, Manny tuttofare, Mary Poppins, Masha e orso, Merrie Melodies, Miracolo a Manhattan, Monster allergy, Monsters & Co., Natale di ghiaccio, Norman normal, One Tree Hill, Panico al villaggio, Paperino torna a casa, Phenomenon II-Gli Strani..., Phineas and Ferb, Pocoyo, Pop Pixie, Pucca Funny Love, Quel lupo mannaro di mio..., Racing stripes-striscia una..., Ragazzi c'è Voyager!, Rahan, Rebelde way, Ritorno a Halloweentown, Samsam il cosmoeroe, Santa baby-Natale in pericolo, Scrittrice per caso, Scuola di vampiri, Slash://, snow dogs-8 cani sotto zero, Sorelle a metà, Spike team, Summer in Transylvania, Tarzan II, Tatonka, The davincibles, The elephant princess, The good witch's

	family-una..., The good witch's garden-il..., The good witch's gift-il..., The good witch-un amore di..., The jungle book, The naked brothers band, The save-ums gli imbattibili, The super hero squad show, Topolino e la magia del Natale, Toy story 2, Trilli e i giochi della radura, Trilli e il grande salvataggio, Trilli e il tesoro perduto, Tutenstein, Uffa! Che pazienza la città, Un angelo un amore, Unfabulous, Victorious, Walt Disney, Winnie The Pooh nuove..., Winx club, Yes! pretty cure 5 go go buon., yes! Pretty cure 5 go go!, Zorro.
Produzioni audiovisive italiane ed europee	Apri Rai, Asterix & Obelix: Missione..., Countdown, Ex, I tre investigatori e il..., Il commissario Kress, Il puma, Il rumore dei ricordi, Il tulipano d'oro, Invincibili angeli, La valle delle rose..., La vendetta dell'assassino, Lasko, Le vite degli altri, L'ispettore Coliandro, L'ombra della giustizia, Lucky Luke, Mai storie d'amore in cucina, Marcello Marcello, Nessuno vuole credermi, Orizzonte infinito, Panico al villaggio, Paradiso rubato, Primeval, Ritorno a Brideshead, Squadra speciale Cobra 11, Squadra speciale Cobra11 sez.2, Squadra speciale Colonia, Squadra speciale Lipsia, Squadra speciale Stoccarda, Stick It-Sfida e conquista, Un amore a Venezia.
Altri generi - Intrattenimento	101 modi per perdere un game.., Aspettando Base Luna, Base Luna, Base Luna remix, Bla, Bla, Bla,, Crazy parade, Cut ridiamoci un taglio, Glam essere & apparire, Golden circus, I love Italy, Indietro tutta!, L'isola dei famosi 8, L'isola dei famosi 8-Oggi..., L'isola dei famosi il galà, L'isola dei famosi-la settim., L'Italia sul 2, Masters of magic, Masters of magic the secret, Mezzogiorno in famiglia (Rtl), Pomeriggio sul due, Quelli che aspettano..., Quelli che il calcio..., Sabato academy, Seconda serata Estate, Secondo canale, Solo per amore (Tlk), Star academy, Star academy countdown, Star academy i ragazzi, Stracult, Stracult 2, Stracult pillole, Tutto compreso.
Altri generi Film e Fiction Extraeuropei	90210, 15 minuti-Follia omicida A..., 3 libbre, 3ciento chi l'ha duro la vince, Aeon flux (Flm), After the sunset, Alex & Emma, Alla ricerca di Nemo (F.Anim.), All'inseguimento della morte.., American dreams, Appuntamento a Wicker Park, Army wives-conflitti del cuore, Baciati dalla sfortuna, Ballo di nozze, Benvenuti a the captain, Billy Bathgate a scuola di..., Blue bloods, Brothers & sisters segreti..., Buena vida, Castle, Celeste in città, Close to home-giustizia ad..., Cold Case-delitti irrisolti, Collateral, Comanche Moon, Come mangiare i vermi fritti, Conciati per le feste (Flm), Control (di Hunter T.), Correre ancora, Corsa a witch mountain, Criminal minds, Cupid, Damigella d'onore, Day break, Dear prudence-vacanza con..., Dolce Novembre (O'connor P.), Due uomini e mezzo, Elizabethtown, Entry level, Epic movie, Fantasmi dal passato, Frailty-Nessuno è al sicuro, Frequency il futuro in..., Game of death, Ghost whisperer, Giustizia a Oak Hill, Happy town, Harper's island, Hawaii five-0, Heartbreakers vizio di..., Ice princess un sogno sul..., Il cacciatore di taglie (Ftv), Il caso Jennifer Corbin, Il giocatore, La ragazza e..., Il giorno degli squali, Il matrimonio di Betsy, Il monaco, Il padre della sposa(Minnelli), Il passato di uno sconosciuto, Il segno della libellula, Il talento di Mr.Ripley, Il triangolo delle Bermuda min, In justice, Indiana Jones e il regno del.., Indizi dal passato, Indovina chi, Inferno bianco (Ftv), Jane Doe (Ftv), Jesse Stone caccia al..., Jumper, Justice nel nome della legge, Kevin Hill, Kiss me, La casa degli omicidi, La casa nella prateria di..., La chiave del sospetto, La città proibita (Flm), La complicata vita di..., La doppia vita di Eleanor..., La foresta dei pugnali volanti, La libreria del mistero, La memoria nel cuore, La mia super ex ragazza, La pantera rosa (di Levy S.), La prima volta di Niky, La rabbia di una donna, La ragazza della porta...(Flm), La scelta (di S.Alexander), La signora in giallo, La spada della verità, La vendetta ha i suoi segreti, L'amore apre le ali, L'amore arriva dolcemente, L'amore è un sogno..., L'amore non finisce mai, L'amore trova casa, Lara Croft tomb raider, Las Vegas, Laurel Canyon, Law & Order:i due volti..., Le avventure di Tom Sawyer.., Le nuove avventure di Skippy, Lezioni di giallo, Life unexpected, Lilo

	& Stitch (F.An.), Linea diretta (Flm), Lone rider la vendetta dei..., L'ultima conquista (Ftv), Man on fire-il fuoco della..., Marcie una detective fuori..., Mcbride (Ftv), Medici in prima linea, Melrose Place, Messengers 2 l'inizio della..., Miracolo d'amore, N.C.I.S. Los Angeles, N.C.I.S. unità anticrimine, Nella mente di kate, Nella rete del serial killer, Non mangiate le margherite, Non mettere mai alla prova..., Numb3rs, Ogni libro ha i suoi segreti, Open water, Ossessione letale, Ossessione pericolosa, Out of reach, Parole d'amore (Film), Partner(S), Passioni pericolose, Past life, Patient 14, People i know, Premonition (di M.Yapo), Pretty princess, Principe azzurro cercasi, Private practice, Prossima fermata: omicidio, Rogue il solitario, Romeo deve morire, Rush hour 3-missione Parigi, Saw IV, Saw V, Sballati d'amore, Sea patrol, Senza traccia (Tlf), Shall we dance?, Silver Hawk, Solstice, Suburban girl, Supernatural (Tlf), Swing, Tale madre...tale figlia!, Tenuta in ostaggio, The core, The good wife, The grudge 2, The grudge 3, The last kiss, The Manchurian candidate, The messengers, The nine, The Russel girl-una vita al..., Three rivers, Top Secret, Tracce di un delitto, Trappola sulle montagne..., Trovate John Christmas, Tutta colpa dell'amore (Flm), Un amore all'improvviso, Un cavallo un po' matto, Un papà per due, Un principe in giacca e..., Un trofeo per kylie, Un uomo innocente, Una donna alla casa bianca, Una teenager alla Casa Bianca, Una vicina quasi perfetta, Verdetto finale (di Roy R.), Wake of death -scia di morte, Wendy Wu: guerriera alle...
	RAI TRE
Informazione e approfondimento generale	11 Settembre, Dieci Anni Dopo, Agorà, Amore Criminale, Ballarò, Ballarò Speciale, Blu Notte, C'era Una Volta, Che Tempo Che Fa, Che Tempo Che Fa Serata..., È Stato Morto Un Ragazzo, Elisir, Hotel Patria, In Mezz'ora, In Mezz'ora La Crisi, Indignati Americani, Le Storie Diario Italiano, Le Storie Diario Italiano Sp., Lucarelli Racconta, Paesereale, Potere, Presa Diretta, Presa Diretta Live, Pronto Elisir, Referendum, Report, Speciale Parlamento, Storie Maledette, Tg3, Tg3-Speciale, Tgr-Piazza Affari, Un Giorno In Pretura.
Programmi e rubriche di servizio	Chi L'ha Visto ?, Chi L'ha Visto? Le Storie..., Elisir Speciale, Mi Manda Raitre, Mi Manda Raitre I Vostri..., Racconti Di Vita.
Programmi e rubriche di promozione culturale	Alle Falde Del Kilimangiaro Speciale, Alle Falde Del Kilimangiaro, Correva L'anno, Cose Dell'altro Geo, E Se Domani, Figu Album Di Persone..., Fratelli D'italia, Geo & Geo, Geo Magazine, Kilimangiaro Gli Incontri..., La Copertina Del Kilimangiaro, La Grande Storia, La Grande Storia Magazine, Mini Ritratti, Miseria Bella, Nabucco, Nabucodonosor, Passepartout, Per Un Pugno Di Libri, Photosound 10 Anni In..., Ritratti, Super Quark Speciale, Ulisse Il Piacere Della...
Informazione e programmi sportivi	Rai Sport
Programmi per minori	A Bug's Life-Megaminimondo, A Cavallo Di Un Pony Selvaggio, A Matter Of Loaf And Death, Crimini Con Stile, Genitori In Trappola, George Re Della Giungla...?, Grizzly Falls La Valle..., Gt Ragazzi, Hercules, I Pantaloni Sbagliati, Il Gobbo Di Notre Dame, Il Piccolo Principe, Il Ragazzo Dal Kimono D'oro 4, Il Richiamo Della Foresta, Il Tesoro Di Matecumbe, Ivanhoe, La Carica Dei 101, La Strada Per Avonlea, La Volpe E La Bambina, Lassie, Le Avventure Di Huck.., L'incredibile Viaggio Della..., Monsters & Co., Mulan, Pocahontas, The Lost World, Tosatura Completa, Una Fantastica Gita, Una Peste Alla Casa Bianca, Wind At My Back.
Produzioni audiovisive italiane ed europee	A Cavallo Della Tigre, A Cavallo Della.., A Che Servono Questi Quattrini, Abbasso La Miseria, Abbasso La Ricchezza!, Accadde Al Commissariato, Akiko, Al Bar Dello Sport, Alice Nevers Professione..., Alla Luce Del Sole, Altri Tempi, Alvaro Piuttosto Corsaro, Amici Per La Pelle, Amor Non Ho! Però,Però..., Anastasia Mio Fratello, Anema E Core, Arrivano I Titani, Arsenio Lupin, Ballerina E Buon Dio,

Boris, Bufere, Caccia Al Marito, Camille, Cartagine In Fiamme, Casablanca Casablanca, Caterina Va In Città, C'era Una Volta Il West, Cerasella, C'eravamo Tanto Amati, Chi Si Ferma È Perduto, Complici Del Silenzio, Così Parlò Bellavista, Cotti E Mangiati, Cronaca Familiare, Cuori Nella Tormenta, Diciottenni Al Sole, Doc Martin, Dresda, Due Bianchi Nell'africa Nera, È Più Facile Che Un..., Er Più Storia D'amore E Di..., Ercole Contro I Figli Del..., Ercole E La Regina Di Lidia, Fantasma D'amore, Fantozzi Contro Tutti, Fantozzi Subisce Ancora, Ferdinando I, Re Di Napoli, Fiori D'arancio, Flawless-Un Colpo Perfetto, Franco E Ciccio Sul Sentiero.., Galantuomini, Gambe D'oro, Giochi D'estate, Gli Amanti Latini, Gli Onorevoli, Gomorra, Guardia,Guardia Scelta..., I 2 Pompieri, I 4 Monaci, I Basilischi, I Due Compari, I Due Figli Di Trinità, I Due Gattoni A Nove Code E..., I Due Gondolieri (Venezia...), I Figli Del Leopardo, I Figli Di Nessuno, I Magliari, I Motorizzati, I Nuovi Mostri, I Terribili 7, Il Bandito, Il Bidone, Il Brigadiere Pasquale..., Il Caimano, Il Cammino Della Speranza, Il Cappotto, Il Corazziere, Il Falsario-Operazione Bernard, Il Giorno Più Corto, Il Giustiziere Di Mezzogiorno, Il Magistrato, Il Microfono È Vostro, Il Mio Amico Giardiniere, Il Monaco Di Monza, Il Quarto Angelo, Il Ragazzo Dal Kimono D'oro, Il Ragazzo Dal Kimono D'oro 2, Il Ragazzo Dal Kimono D'oro 3, Il Ragazzo Dal Kimono D'oro 5, Il Ragazzo Dal Kimono D'oro 6, Il Segno Di Venere, Il Signor Robinson..., Il Soldato Di Ventura, Il Trasformista, Il Trionfo Dei Dieci..., In Ginocchio Da Te, In Nome Della Legge, Io Mammeta E Tu, Io Sono Il Capataz, Io,Chiara E Lo Scuro, Iris Un Amore Vero, John Rabe, Juke Box Urli D'amore, Julia La Strada Per La..., Kean Genio E Sregolatezza, La Battaglia Dei Mods, La Bella Di Roma, La Bella Mugnaia, La Caduta, La Cento Chilometri, La Domenica Della Buona Gente, La Figlia Di Ryan, La Lunga Notte Del '43, La Nipote Sabella, La Nonna Sabella, La Nuova Squadra Spaccanapoli, La Parola Ai Giurati, La Ragazza Con La Valigia, La Ragazza Di Bube, La Seconda Notte Di Nozze, La Siciliana Ribelle, La Spiaggia, La Sposa Non Può Attendere, La Stanza Del Figlio, La Truffa Che Piaceva A..., L'albero Di Natale, L'amore In Città, L'amore Segreto Di Madeleine, L'avaro, Lazzarella, Le Amiche, Le Boulet In Fuga Col Cretino, Le Diciottenni, Le Fatiche Di Ercole, Le Mani Sulla Città, Le Meravigliose Avventure..., Le Miserie Del Signor Travet, Le Quattro Giornate Di Napoli, Le Spie Vengono Dal Semifreddo, L'emigrante, L'eroe Della Strada, L'estate Sta Finendo, L'impiegato, Lisa Dagli Occhi Blu, Lo Smemorato Di Collegno, L'onorevole Angelina, Lontano Dal Paradiso, L'oro Del Mondo, L'ultima Carrozzella, Ma Dove È Andata La Mia..., Madonna Che Silenzio..., Maigret E Il Caso Saint-Fiacre, Mariti In Pericolo, Maruzzella, Mi Manda Picone, Mogli Pericolose, Nel Sole, Noi Credevamo, Non C'è Pace Tra Gli Ulivi, Non Son Degno Di Te, Nuovo Cinema Paradiso, Obiettivo Ragazze Raggiunto..., Operazione San Pietro, Orazi E Curiazi, Pappa E Ciccia, Parola Di Ladro, Piedone A Hong Kong, Piedone D'egitto, Piedone L'africano, Piedone Lo Sbirro, Policarpo Ufficiale Di..., Pranzo Di Ferragosto, Primo Amore, Profumo Di Donna, Questione Di Cuore, Ragazze D'oggi, Riso Amaro, Roma Città Libera, Roma Ore 11, Romolo E Remo, Rugantino, Sandokan Alla Riscossa, Sandokan Contro Il Leopardo..., Sapore Di Mare, Sapore Di Mare 2 Un Anno Dopo, Scipione Detto Anche..., Scuola Elementare, Se Non Avessi Più Te, Seconde Chance, Shattered, Signorinella, Sodoma E Gomorra, Son Contento, Spaghetti House, Spara Forte,Più Forte..., Stasera Mi Butto, Storia Di Fifa E Di Coltello, Sulle Tracce Del Crimine, Tara Road, Tempo Di Villeggiatura, The Others, The Queen, Toto' A Parigi, Toto' Cerca Casa, Toto' Cerca Pace, Toto' E I Re Di Roma, Toto' Eva E Il Pennello..., Toto' Lascia O Raddoppia?, Toto' Le Moko, Toto' Vittorio E La Dottoressa, Tototarzan, Troppo Forte, Tuppe Tuppe Marescia'!, Tutto È Musica, Un Caso Per Due, Un Eroe Dei Nostri Tempi, Un Genio Due Compari Un Pollo, Un Giorno Di Gloria Per Miss.., Un Marito Per Anna Zaccheo, Un Militare E Mezzo, Un Posto Al Sole, Un Ragazzo Di Calabria, Una Botta Di Vita, Una Rolls-Royce Gialla, Undiscovered, Uomini E Lupi, Vai Avanti Tu Che Mi..., Venga A Fare Il Soldato Da Noi, Vincere, W Le Donne.

Altri generi - Intrattenimento	Blob Di Tutto Di Più (Cts), Circo Massimo, Circo Massimo Show, Festival Int.Circo Montecarlo, Franco E Ciccio Speciale, La Super Storia, L'almanacco Del Gene Gnocco, Lilit In Un Mondo Migliore, Magic Circus Show, Parla Con Me, Parla Con Me Rewind, Zaum.
Altri generi Film e Fiction Extraeuropei	88 Minuti, A 30 Secondi Dalla Fine, A Prova Di Inganno, Acque Del Sud, Affittasi Ladra, After The Sunset, Agente Pepper, Agenzia Omicidi, All'ombra Del Patibolo, Amy, Angeli Con La Faccia Sporca, Angeli Violati, Appaloosa, Arctic Tale, Armageddon Giudizio Finale, Arsenico E Vecchi Merletti, Asso Di Cuori, Bad Company-Protocollo Praga, Bang Bang, Bobby, Boxing Gym, Carnevale Di Anime, Casino Royale (Di Campbell M.), Chelsea On The Rocks, Chi Era Quella Signora, Chi Te L'ha Fatto Fare?, Cinderella Man-Una Ragione..., Cleaner, Colazione Da Tiffany, Crossing Over, Dark Tide, Dead In The Land Of Encantos, Delitti Inquietanti, Delitto Alla Casa Bianca, Desperate Housewives, Dick Tracy (Di Beatty W.), Diritto D'amare (Di L.Nimoy), Distretto 13:Le Brigate..., Divorzio All'americana, Dove Vai Sono Guai, Due Uomini E Una Dote, E Venne Il Giorno Della..., Embrione (Flm), Essene, Estasi Degli Angeli, F.B.I. Protezione Testimoni 2, Faccia A Faccia(Turteltaub J.), Festa Per Il Compleanno Del..., Flashdance, Flashpoint (Tlf), Flightplan-Mistero In Volo, Fuori In 60 Secondi, Gangster Story (Di W.Matthau), Glory To The Filmmaker, Hotel Rwanda, Hurricane (Di Jewison N.), I 4 Di Chicago, I Due Volti Della Vendetta, I Guerrieri, I Misteri Di Murdoch, I Ponti Di Toko-Ri, I Professionisti, Il 13^ Guerriero, Il Caso Thomas Crawford, Il Ciarlatano, Il Colore Dei Soldi, Il Diario Di Una Tata, Il Diavolo Alle 4, Il Grande Joe, Il Grande Sperone, Il Gufo E La Gattina, Il Lamento Sul Sentiero, Il Mago Della Pioggia, Il Massacro Di Fort Apache, Il Negoziatore, Il Padre Della Sposa (Di Shyer), Il Ponte Di Waterloo, Il Ponticello Sul Fiume Dei..., Il Re Dei Pecos, Il Segreto Di Agatha Christie, In Fuga Per Tre, Indiscreto, Inferno Nel Deserto, Insieme A Parigi, Interview, Into The Wild-Nelle Terre..., It Might Get Loud, Killshot, La Bambina Nel Pozzo, La Banda Delle Frittelle Di..., La Banda Delle Frittelle Di..2, La Battaglia Di Monterey, La Bussola D'oro, La Danse-Le Ballet De..., La Febbre Del Sabato Sera, La Figlia Un Po' Speciale Di.., La Finestra Di Fronte, La Foresta Sepolta, La Giuria (Flm), La Grande Vallata, La Guerra Privata...(Tashlin), La Mia Spia Di Mezzanotte, La Nave Più Scassata..., La Porta Del Sole, La Ragazza Più Bella Del..., La Spia, La Strada Per Il Paradiso, La Tela Dell' Assassino, L'affittacamere (Di Quine R.), L'albero Della Vita(Aronofsky), Lassù Qualcuno Mi Ama, Le Campane Di Santa Maria, Le Candele Brillavano A Bay..., Le Chaos, Le Cronache Di Narnia Il L..., Le Stelle Hanno Paura, Legittima Offesa, Leoni Per Agnelli, Letters To God, L'idolo Vivente, L'incredibile Uomo Trasparente, Lonely Hearts, L'onore Dei Prizzi, L'oro Di Picano Valley, L'ultima Donna Sulla Terra, L'ultima Legione, L'uomo Dal Braccio D'oro, Luv Vuol Dire Amore?, Magia D'estate, Man On Fire-Il Fuoco Della..., Masters Of Horror (Tlf), Me And Luke, Medium, Mi Familia, Miracolo A Sant'anna, Monsoon-L'isola Dei Peccati..., Montagne Del Disordine, My Son, My Son, What Have Ye.., Nella Morsa Del Ragno (Flm), Nemico Pubblico (Di Scott T.), Nessuno Disse Niente (R.Ruiz), Nightmare Before Christmas, Non Possiamo Tornare A Casa, Non Siamo Angeli (Curtiz M.), Nuove Frontiere, Occhio Per Occhio (Fcm), Oceano Di Fuoco-Hidalgo, Ocean's Twelve, Passengers Mistero Ad Alta..., Patti Smith:Dream Of Life, Pearl Harbor, Pianeta Rosso, Platoon, Quando L'amore È Romanzo, Quel Che Resta Del Giorno, Questa Notte O Mai, Rapsodia, Rendition-Detenzione Illegale, Ricomincio Da Me, Ridolini Droghiere, Ringo Cavalca E Spara, Rio Bravo (Di J.Ford), Ritorno A Cold Mountain, Running In Madness, Dying In.., Sabrina (Di Wilder B.), Sabrina Vita Da Strega, Salvataggio Difficile, Salvate La Tigre, San Girolamo, Scandalo A Filadelfia, Scrivimi Fermo Posta, Scusa,Me Lo Presti Tuo Marito?, Scusi Dov'è Il Fronte?, Selvaggio È Il Vento, Sentiero Solitario, Sfida Senza Regole, Shine A Light-Rolling Stone, Sierra

	Charriba, Silenzio Sul Mare, Sindrome Cinese, Splash,Una Sirena A Manhattan, Spruzza,Sparisci E Spara, Stanlio & Ollio Per Ridere..., Storia Di Amanti Moderni:La..., Strani Amori, Tamburi Lontani (R.Walsh), Tè E Simpatia, Tempesta Di Fuoco (J.Lafia), The Black Dahlia, The Chelsea Girls, The Contract, The Defenders, The Guardian (Flm), The Hurt Locker, The Loss Of A Teardrop Diamond, The Maiden Heist, The Night Riders, The Reader-A Voce Alta, The Sentinel (Flm), The Stupids Gli Stupidi, The Year Of Getting To Know Us, Tra Moglie E Marito(Milestone), Tre Sul Divano, Twitches Gemelle Streghelle, Two Lovers, Un Marziano Sulla Terra, Un Nonno Per Natale, Un Tram Che Si Chiama..., Un Uomo Tranquillo, Una Diligenza Per L'ovest, Una Ragazza,Un Maggiordomo..., Una Star In Periferia, Unico Testimone, Uno Sceriffo Per Weather..., Until Death, Uomini E Cobra, Va' E Uccidi, Vacanze Romane, Verdi Dimore, Verso Il West, Vincitori E Vinti, Violent Virgins, Violenza Domestica, Vittoria Amara, Voglia Di Tenerezza, Volo 323:Cronaca Di Un..., Whisky.

Fonte: Rai

Si evidenziano, nella Tabella 3.17, i programmi tradotti nella lingua internazionale dei segni (L.I.S.) sulle tre reti generaliste.

Tabella 3.17. *Rai – Programmi tradotti nella lingua internazionale dei segni (L.I.S.)*

Rai Uno	Tg1, Elezioni Comunali – Provinciali 2011, Referendum 2011
Rai Due	Tg2, Elezioni Comunali – Provinciali 2011, Referendum 2011
Rai Tre	Tg3, Tg3-Minuti, Elezioni Comunali – Provinciali 2011, Referendum 2011

Fonte: Rai

Per quanto attiene, invece, all'accesso all'offerta multimediale, dall'Informativa trasmessa da Rai (art. 11, comma 3) risulta che gli utenti con disabilità sensoriale uditiva possono attualmente accedere, dall'*homepage* di Rai.tv, all'area "Programmi sottotitolati" dove è disponibile la versione con sottotitoli delle puntate integrali di alcuni programmi dei palinsesti 2011-2012. In particolare, sono stati resi fruibili i programmi "Ballarò", "Che tempo che fa", "In mezz'ora", "Porta a porta", "presa diretta", "Report", "Pronto Elisir", "L'ultima parola".

Dati di traffico e offerta multimediale

Dai dati di traffico[133] trasmessi dalla Rai all'Autorità (art. 11, comma 3) risulta che nel 2011 il portale Rai ha raggiunto 1.508 milioni di pagine viste, con medie mensili pari a 8,1 milioni di utenti unici (10% di crescita sul 2010), e 125,7 milioni di pagine viste (10% di crescita sul 2010).

Le medie mese e giorno di traffico generato dall'utenza e la durata di visita media mensile e giornaliera sono riportate nella Tabella 3.18.

133 La rilevazione dei dati sulla fruizione online è stata effettuata da Audiweb attraverso il nuovo servizio Audiweb View (gennaio 2011). La metodologia utilizza una rilevazione ibrida panel/censuario. Il nuovo servizio sostituisce la piattaforma Nielsen NetView (Rai, Informativa all'AGCOM).

Tabella 3.18. *Rai – Fruizione mensile e giornaliera*

	Pagine viste	Utenti unici	Durata vista (mm.ss)
Media mese	125.682.569	8.077.786	12.09
Media giorno	4.132.030	480.235	12.13

Fonti: Informativa Rai – Audiweb View

La Tabella 3.19 descrive il profilo dell'utenza del portale Rai per sesso ed età. Rispetto ai precedenti modelli di analis, la rilevazione 2011 divide il target "minori" nelle due classi d'età 2-11 anni e 12-17 anni.

Tabella 3.19. *Rai – Il pubblico (media mese 2011)*

Categoria	*Target*	Utenti unici [migliaia]	Composizione utenti unici [%]
Totale	Totale	4.341	100
Sesso	Maschi	2.525	58,2
	Femmine	1.816	41,8
Età	2-11	69	1,6
	12-17	132	3,1
	18-24	396	9,1
	25-34	824	19,0
	35-44	1.132	26,1
	45-54	1.009	23,2
	55+	779	18

Fonti: Informativa Rai – Audiweb View

Le Tabella 3.20 e Tabella 3.21 mostrano, rispettivamente, la configurazione dei sistemi d'accesso ai portali Rai e i domini tilizzati.

Tabella 3.20. *Rai – Tipo di connessione (%)*

Tipo di connessione	% Utenti unici
Banda larga	88
Banda stretta	12

Browser	% Utenti unici	Sistema operativo	% Utenti unici
MSIE 7.0	21	Windows XP	42
MSIE 8.0	20	Windows 7	31
Chrome	20	Windows Vista	16
Mozilla Firefox 3.6	12	Mac OS X Intel	8
Safari	5	Linux	1

Fonti: Informativa Rai – Audiweb View

Tabella 3.21. *Rai – Domini di provenienza*

Domini di provenienza			**%**
Esterni			14
Interni Rai			86
Domini esterni	**%**	**Domini interni**	**%**
google	60	televideo.rai.it	25
facebook.com	5	rai.tv	11
ig.gmodules.com	5	rai.it	8
news.google.it	4	tg1.rai.it	4
it.bing.com	1	radio3.rai.it	4
Bing.com	1	rainews24.rai.it	3

Fonti: Informativa Rai – Audiweb View

La Tabella 3.22 riporta i dati relativi ai contenuti pubblicati nel 2011 sui portali Rai.

Tabella 3.22. *Rai – Contenuti pubblicati nel 2011*

50.000	nuovi contenuti video (clip estratte da programmi TV e programmi integrali)
15.000	nuovi contenuti audio (clip estratte da programmi o programmi integrali)
5.000	nuovi contenuti in *podcast*, di cui 7.200 audio e 1.800 video

Fonte: Rai

L'informativa sui dati traffico trasmessa da Rai all'Autorità contiene anche una dettagliata illustrazione dell'offerta editoriale web. Gli interventi più innovativi condotti in tale ambito nel corso del 2011 hanno riguardato l'accesso all'offerta multimediale degli utenti con disabilità sensoriale uditiva, (art. 13, comma 3), il lancio delle prime applicazioni Rai su Mobile e Tablet, la sperimentazione di offerte editoriali dedicate alle Smart tv e alle piattaforme MHP (*Multimedia Home Platform*), l'arricchimento e la riorganizzazione della Area Junior (dedicata ai minori), la presenza su YouTube e il presidio sui *social network*.

Il giudizio degli utenti sull'operatore pubblico: corporate reputation *e qualità dell'offerta*

Nel 2011 i monitoraggi della *corporate reputation* e della qualità della programmazione hanno ricalcato l'impianto metodologico delle rilevazioni effettuate nel 2010 sulla base delle previsioni del Contratto di servizio 2007-2009, e sono state condotte con la medesima cadenza periodica semestrale (una edizione primaverile e una edizione autunnale). In conformità con quanto disposto sia dal Contratto di servizio 2007-2009, sia dal Contratto di servizio 2010-2012, i rapporti delle indagini sono stati resi pubblici sul sito www.rai.it.

La *corporate reputation*

Le rilevazioni della *corporate reputation* sono state realizzate, per conto di Rai, dall'Istituto Abis Analisi e Strategie in cui è confluito il gruppo Makno, autore delle pre-

cedenti ricerche. Come specificato nei rapporti pubblicati da Rai, per entrambi i monitoraggi del 2011 sono state "confermate le variazioni/integrazioni apportate all'impianto dell'indagine nel 2009 (…) e consolidate nelle rilevazioni 2010".

Secondo il modello di ricerca adottato, l'immagine e il valore sociale della Rai come gruppo industriale e istituzionale di servizio pubblico vengono riassunti da un indice sintetico, definito Indice sintetico di *corporate reputation.* Tale indice sintetico è la risultante di due diversi indici – l'indice "Rai come Servizio pubblico" e l'indice "Rai come Impresa" – e viene misurato su una scala di valutazione 1-10. Dai documenti pubblicati risulta che, in entrambe le rilevazioni del 2011, l'Indice sintetico di *corporate reputation*, ha registrato valori positivi, peraltro in lieve crescita rispetto a quello emerso dall'ultimo monitoraggio del 2010 (valore dell'indice sintetico di *corporate reputation*: 6,7 novembre 2011; 6,6 giugno 2011; 6,5 autunno 2010).

La Tabella 3.23 mostra la struttura dell'indice "Rai come Servizio pubblico" – definito dalle cinque dimensioni "Reti", "Piattaforme", "Internet", "Generi", "Attenzione ai diversamente abili" – e il valore attribuito dagli utenti a ciascuna dimensione (scala di valutazione decimale).

Tabella 3.23. *Rai – La struttura dell'indice "Rai come Servizio Pubblico"*

	novembre 2011	giugno 2011	novembre 2010
Dimensioni			
Reti	6,7	6,7	6,6
Piattaforme	7,0	6,8	6,7
Internet	7,0	6,9	6,6
Generi	6,7	6,6	6,6
Attenzione ai diversamente abili	8,3	8,1	8,3
Indice di Rai come Servizio Pubblico	**7,1**	**6,9**	**6,6**

Fonte: elaborazione dell'Autorità su dati Rai

Quanto al giudizio espresso dagli utenti sulla Rai come impresa, i rapporti di ricerca 1011 documentano che l'indice "Rai come impresa" – risultante dell'indicatore di fiducia verso l'impresa Rai e di 9 fattori di immagine[134] – si è attestato a 6,2 nella misurazione di giugno, ed a 6,3 nella misurazione di novembre (scala di valutazione decimale). Entrambi i valori appaiono in leggera flessione rispetto a quello rilevato nell'autunno 2010, pari a 6,5.

La qualità dell'offerta

In base all'impianto metodologico (campionamento, questionario, indicatori, ecc.) messo a punto in vigenza del Contratto di servizio 2007-2009, la rilevazione del valore pubblico della programmazione prevede la costruzione di due macro indi-

134 I fattori d'immagine presi a riferimento sono: 1. È indipendente dalla politica; 2. Mi piacerebbe lavorarci; 3. Ha dirigenti corretti e leali; 4. È competitiva; 5. È un'impresa ben gestita; 6. È tecnologicamente all'avanguardia; 7. È di livello internazionale; 8. È un'impresa che guadagna; 9. È una delle più importanti aziende italiane.

catori, denominati "indicatore della qualità percepita" (IQP) e "indicatore del valore pubblico" (IVP). L'IQP misura il gradimento e la qualità dell'offerta (i programmi oggetto di indagine), mentre l'IVP ne misura il valore pubblico (Indici su scala 0-100 con parametri di riferimento: sufficiente = da 56 in su; buono = da 67 in su; eccellente = da 78 in su).

La Tabella 3.24 mostra il valore pubblico dei diversi generi di programmi complessivamente trasmessi, nel 2011, dalle tre reti generaliste Raiuno, Raidue, Raitre. Ai dati emersi dalle ultime due rilevazioni sono stati associati – in considerazione dell'omogeneità del modello di analisi – quelli registrati dalle indagini 2010. Nei Rapporti pubblicati da Rai viene evidenziato che le variazioni degli indici tra i diversi monitoraggi vanno considerate come statisticamente significative solo se la differenza assoluta è maggiore o uguale a 2.

Tabella 3.24. *I valori dell'indicatore della qualità percepita (IQP) di Rai*

	Autunno 2011	**Primavera 2011**	**Autunno 2010**	**Primavera 2010**
Cultura, scienza, ambiente	67	68	66	68
Telegiornali	66	66	65	67
Attualità	66	65	65	65
Quiz	66	65	63	66
Fiction/Sceneggiati	65	64	62	58
Approfondimento informativo	64	64	64	65
Varietà	64	62	67	64
Intrattenimento leggero	63	63	61	62
Prosa/Danza/Classica/Cinema	61	64	59	62
Satira/Comici	60	61	65	64
Approfondimento sportivo	58	61	61	58
Soap opera/telenovelas	51	51	51	54
Musica leggera	49	60	58	65
Reality show	-	40	-	42
Media	**65**	**64**	**64**	**64**

Fonte: elaborazione dell'Autorità su dati Rai

Le Tabella 3.25, Tabella 3.26 e Tabella 3.27 descrivono la qualità percepita dei programmi di ciascuna rete generalista.

Tabella 3.25. *I valori dell'indicatore della qualità percepita (IQP) di Raiuno*

	Autunno 2011	Primavera 2011	Autunno 2010	Primavera 2010
Cultura, scienza, ambiente	68	68	66	64
Attualità	68	66	65	65
Telegiornali	66	66	63	67
Quiz	66	65	63	66
Fiction/Sceneggiati	66	64	62	58
Intrattenimento leggero	64	64	61	63
Prosa/Danza/Classica/Cinema	64	64	56	62
Varietà	64	62	67	64
Approfondimento informativo	59	62	62	62
Approfondimento sportivo	57	62	61	-
Musica leggera	-	59	-	-
Satira/Comici	-	-	-	-
Soap opera/teelnovelas	-	-	-	-
Reality show	-	-	-	-
Media	**65**	**64**	**64**	**64**

Fonte: elaborazione dell'Autorità su dati Rai

Nel secondo semestre 2011 si conferma il miglioramento della valutazione sui telegiornali di Raiuno, emerso con la precedente indagine di primavera 2011; il giudizio complessivo sulla qualità della rete (IQP) registra una leggera variazione positiva, ancorché non significativa statisticamente.

Tabella 3.26. *I valori dell'indicatore della qualità percepita (IQP) di Raidue*

	Autunno 2011	Primavera 2011	Autunno 2010	Primavera 2010
Approfondimento informativo	67	65	65	64
Telegiornali	66	64	64	67
Cultura, scienza, ambiente	64	66	66	67
Satira/Comici	64	58	-	-
Fiction/Sceneggiati	64	-	-	59
Intrattenimento leggero	62	62	60	61
Attualità	61	58	61	59
Approfondimento sportivo	58	61	61	58
Musica leggera	49	62	58	65
Quiz	-	54	-	-
Realiry show	-	40	-	42
Prosa/Danza/Classica/Cinema	-	-	62	-
Varietà	-	-	-	-
Soap opera/telenovelas	-	-	-	-
Media	**63**	**61**	**63**	**61**

Fonte: elaborazione dell'Autorità su dati Rai

L'IQP di Raidue risulta in crescita e in questo caso lo scarto tra le due rilevazioni del 2011 assume rilevanza statistica. Il miglioramento appare riconducibile innanzitutto alla valutazione dei generi "Attualità", "Approfondimento informativo", "Telegiornali".

Tabella 3.27. *I valori dell'indicatore della qualità percepita (IQP) di Raitre*

	Autunno 2011	**Primavera 2011**	**Autunno 2010**	**Primavera 2010**
Cultura, scienza, ambiente	69	68	67	72
Telegiornali	68	67	67	68
Intrattenimento leggero	68	-	62	-
Approfondimento informativo	67	67	65	66
Attualità	64	65	65	65
Fiction/Sceneggiati	62	62	-	-
Satira/Comici	60	62	65	64
Approfondimento sportivo	59	61	62	58
Prosa/Danza/Classica/Cinema	56	64	61	62
Soap opera/telenovelas	51	51	51	54
Musica leggera	-	-	-	-
Varietà -	-	-	-	
Quiz -	-	-	-	
Reality show	-	-	-	-
Media	**66**	**66**	**65**	**66**

Fonte: elaborazione dell'Autorità su dati Rai

Nel 2011 Raitre consolida il valore dell'IQP. Le *performance* migliori vengono attribuite dal pubblico ai generi "Cultura, scienza, ambiente" e "Telegiornali". Il confronto con il 2010 pone in luce l'entità del miglioramento ottenuto dal giudizio sull'intrattenimento leggero.

La rilevazione condotta nell'autunno 2011 palesa un lieve incremento dell'indicatore di valore pubblico della Rai che interrompe la stabilità documentata dai monitoraggi effettuati nel 2010 e nella primavera 2011, come indicato nella Tabella seguente.

Tabella 3.28. *I valori dell'indicatore di valore pubblico (IVP) di Rai*

	Autunno 2011	Primavera 2011	Autunno 2010	Primavera 2010
Cultura, scienza, ambiente	67	68	66	68
Attualità	66	65	66	66
Telegiornali	65	65	65	68
Approfondimento informativo	65	63	64	64
Quiz	65	62	60	62
Fiction/Sceneggiati	64	62	62	57
Varietà	63	62	66	62
Intrattenimento leggero	62	62	61	62
Prosa/Danza/Classica/Cinema	60	63	59	61
Satira/Comici	58	61	65	62
Approfondimento sportivo	56	58	58	58
Soap opera/telenovelas	51	49	50	53
Musica leggera	48	60	54	62
Reality show	-	38	-	40
Media	**64**	**63**	**63**	**63**

Fonte: elaborazione dell'Autorità su dati Rai

Le Tabelle 3.29, 3.30 e 3.31 danno conto del valore pubblico attribuito alla programmazione di ciascuna rete generalista.

Tabella 3.29. *I valori dell'indicatore di valore pubblico (IVP) di Raiuno*

	Autunno 2011	Primavera 2011	Autunno 2010	Primavera 2010
Cultura, scienza, ambiente	67	67	66	65
Attualità	67	65	66	65
Quiz	65	63	60	62
Telegiornali	64	64	63	67
Intrattenimento leggero	64	63	61	64
Fiction/Sceneggiati	64	62	62	57
Varietà	63	62	66	62
Prosa/Danza/Classica/Cinema	62	62	57	61
Approfondimento informativo	59	61	62	62
Approfondimento sportivo	56	60	58	-
Musica leggera	-	60	-	-
Satira/Comici	-	-	-	-
Soap opera/telenovelas	-	-	-	-
Reality show	-	-	-	-
Media	**64**	**63**	**63**	**64**

Fonte: elaborazione dell'Autorità su dati Rai

Nel caso di Raiuno, la comparazione tra i valori del 2011 e quelli del 2010 pone in luce il progressivo apprezzamento registrato, in particolare, per i generi "Fiction/Sceneggiati" e "Cultura, scienza, ambiente".

Tabella 3.30. *I valori dell'indicatore di valore pubblico (IVP) di Raidue*

	Autunno 2011	Primavera 2011	Autunno 2010	Primavera 2010
Approfondimento informativo	67	64	64	64
Telegiornali	65	63	64	67
Cultura, scienza, ambiente	64	66	66	67
Satira/Comici	64	58	-	-
Fiction/Sceneggiati	62	-	-	54
Attualità	61	58	61	59
Intrattenimento leggero	60	60	60	61
Approfondiemnto sportivo	56	58	58	58
Musica leggera	48	61	54	62
Quiz	-	52	-	-
Reality show	-	38	-	40
Prosa/Danza/Classica/Cinema	-	-	61	-
Varietà	-	-	-	-
Soap opera/telenovelas	-	-	-	-
Media	**62**	**60**	**62**	**60**

Fonte: elaborazione dell'Autorità su dati Rai

Nelle due rilevazioni del 2011 l'IVP di Raidue assume valori identici a quelli emersi nelle corrispondenti rilevazioni del 2010, pur in presenza di differenti valori dei generi. Analoghi profili connotano i valori dell'IVP di Raitre, come evidenzia la Tabella 3.31.

Tabella 3.31. *I valori dell'indicatore di valore pubblico (IVP) di Raitre*

	Autunno 2011	Primavera 2011	Autunno 2010	Primavera 2010
Cultura, scienza, ambiente	69	68	67	72
Approfondimento informativo	67	66	65	66
Telegiornali	66	66	67	69
Intrattenimento leggero	66	-	62	-
Attualità	65	66	66	67
Fiction/Sceneggiati	60	60	-	-
Satira/Comici	58	61	65	62
Prosa/Danza/Classica/Cinema	56	66	62	61
Approfondiemnto sportivo	56	58	59	58
Soap opera/telenovelas	51	49	50	53
Varietà	-	-	-	-
Quiz	-	-	-	-
Musica leggera	-	-	-	-
Reality show	-	-	-	-
Media	**66**	**65**	**65**	**66**

Fonte: elaborazione dell'Autorità su dati Rai

La contabilità separata: dati contabili dell'esercizio 2010

La contabilità separata è soggetta al controllo di una società di revisione nominata dalla concessionaria e scelta dall'Autorità tra quante risultano iscritte nell'apposito albo tenuto presso la Commissione nazionale per le società e la borsa.

Riguardo alla scelta della società di revisione per la verifica della contabilità separata per l'esercizio 2010, la Rai ha provveduto a indire apposita selezione aperta sopra soglia comunitaria. Ciò in quanto la concessionaria pubblica – in considerazione del mutato contesto in materia di appalti pubblici, e tenuto conto di quanto definitivamente chiarito dalla Suprema Corte di Cassazione con ordinanza 22 dicembre 2009 – è tenuta, in quanto ente pubblico, all'osservanza delle procedure ad evidenza pubblica nell'affidamento degli appalti, secondo le disposizioni contenute nel D.lgs. n. 163/2006. Pertanto, la Rai ha indetto apposita procedura selettiva aperta sopra soglia comunitaria per l'affidamento dei servizi di "Controllo della contabilità separata degli esercizi finanziari del novennio 2010/2018 della Rai", il cui bando è stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea nonché sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, sul profilo internet del committente e sui quotidiani.

L'Autorità, con delibera n. 544/11/CONS del 12 ottobre 2011, ha approvato – su conforme proposta della Rai, formulata a seguito della selezione effettuata in ottemperanza alle indicazioni emanate dall'Autorità – l'aggiudicazione definitiva del servizio in questione alla Mazars s.p.a. L'assemblea degli Azionisti della Rai ha conseguentemente nominato la suddetta Società con delibera del 23 novembre 2011.

La RAI ha trasmesso all'Autorità il rapporto della Mazars s.p.a. sull'esame dei dati di contabilità separata al 31 dicembre 2010, inoltrando la menzionata documentazione anche al Ministero dello sviluppo economico, secondo quanto previsto dal Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici.

Dalla relazione del revisore emergono, in sintesi, i seguenti dati, come illustrati dalla Tabella 3.32:

a) le risorse da canone e da convenzioni, imputate integralmente all'aggregato A di servizio pubblico, sono pari a 1.816 milioni di euro, a fronte di spese per attività di servizio pubblico, compresi i costi diretti, i costi di capitale e i costi di *transfer charge*, che ammontano a 2.297 milioni di euro;

b) il *deficit* così determinato di 481 milioni di euro viene ridotto – a beneficio degli abbonati alla televisione – a 364 milioni di euro mediante l'attribuzione al servizio pubblico dei ricavi commerciali da pubblicità (117 milioni di euro) che residuano dopo aver imputato all'aggregato commerciale le risorse tratte dal mercato, corrispondenti a quelle che avrebbe raccolto un operatore privato;

c) la società di revisione ha dichiarato che non si è, pertanto, in presenza di compensazioni eccessive del servizio pubblico, che potrebbero ritenersi non compatibili con il mercato interno;

d) l'aggregato B – commerciale – evidenzia un margine positivo di circa 158 milioni di euro;

e) comparando i costi della contabilità separata 2010 con quelli del 2009, emerge che il *deficit* del servizio pubblico (spese rispetto ai ricavi) aumenta di circa 27 milioni di euro (passando da 337,2 milioni di euro del 2009 a 364,1 milioni di euro del 2010);

f) con decreto del 23 dicembre 2010, il Ministro dello sviluppo economico ha deliberato l'incremento del canone di abbonamento ordinario 2011 passando da 109 euro del 2010 a 110,50 euro.

Tabella 3.32. *Rai – Contabilità separata 2010 (milioni di euro)*

	A	B
Canone di abbonamento	1.685,4	0,0
Pubblicità		825,2
Altri ricavi	130,2	12,1
Ricavi *transfer charge* interni		
Costi diretti + Costo del capitale	1.650,4	468,0
- Costi diretti	1.280,1	294,1
- *Transfer charge intercompany*	322,0	162,9
- Costo del capitale	48,2	11,0
Costi *transfer charge* interni	646,3	211,1
Margine di cui all'art. 47, comma 1, TUR	- 481,0	158,2
Pubblicità residua	116,9	
Margine di cui all'art. 1, comma 4, delibera n. 102/05/CONS	- 364,1	158,2
Pubblicità	**A**	**B**
- pubblicità totale da bilancio		942,4
- pubblicità servizio pubblico	480,6	- 481,0
- vincolo affollamento pubblicitario	- 363,8	363,8
Pubblicità netta	116,9	825,2

	2010	**2009**	**2010 vs 2009**
Aggregato A	**- 364,1**	**- 337,2**	**- 26,9**
Aggregato B	**158,2**	**117,8**	**40,4**

Fonti: Mazars s.p.a. – Rai

Al fine di migliorare la trasparenza nella gestione economico-finanziaria del servizio pubblico, il vigente contratto di servizio 2010-2012 prevede, all'art. 27, comma 6, l'obbligo, da parte della Rai, di pubblicare, sul proprio sito web, il documento sui conti annuali separati certificati dalla società di revisione. La Rai ha assolto a tale obbligo provvedendo alla pubblicazione del documento sulla contabilità separata dell'esercizio 2010 alla pagina http://www.rai.it/.

L'indagine conoscitiva propedeutica alla definizione delle linee-guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo avviata dall'Autorità

In base alle disposizioni dell'art. 45, comma 4, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, prima di ciascun rinnovo triennale del Contratto nazionale di servizio tra l'operatore pubblico e il Ministero dello sviluppo economico, l'Autorità, d'intesa con lo stesso Ministero, fissa le linee-guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo, definite in relazione allo sviluppo dei

mercati, al progresso tecnologico e alle mutate esigenze culturali, nazionali e locali. Il vigente Contratto stabilisce, all'art. 36, che "le trattative per la stipulazione del Contratto relativo al triennio 2013-2015" debbono essere avviate dalle parti entro il 1° luglio 2012.

Come è noto, i mutamenti della fruizione dei contenuti indotti dalla digitalizzazione e dalla veicolazione degli stessi sulle diverse piattaforme di trasmissione hanno innescato, in numerosi Paesi europei quali, ad esempio, Francia, Germania e Regno Unito, il riposizionamento dei servizi pubblici radiotelevisivi. Il nuovo scenario, che vede molti Stati dell'Unione europea impegnati nel rinnovamento degli obiettivi del servizio pubblico (politiche di ridefinizione della missione e dell'identità di servizio pubblico, riorganizzazione, strategie di innovazione, ecc.), ha suggerito di far precedere la stesura delle nuove linee-guida da una indagine conoscitiva, volta a intercettare le istanze e le aspettative sul contenuto degli obblighi di servizio pubblico del prossimo triennio. L'opportunità dell'indagine trova ulteriore motivazione nel quadro giuridico comunitario. I cambiamenti prodotti dall'innovazione tecnologica richiedono, infatti, che gli operatori pubblici ridefiniscano, nel rispetto del mercato e della concorrenza, gli obiettivi di politica pubblica, demarcando i nuovi confini del servizio pubblico radiotelevisivo in termini di prestazioni e servizi. In tale direzione, con la Comunicazione 2009/C 257/01 relativa all'applicazione delle norme sugli aiuti di Stato al servizio pubblico di emittenza radiotelevisiva, la Commissione europea ha previsto che gli Stati membri, rispetto alla diversificazione dei servizi pubblici di emittenza radiotelevisiva nello scenario digitale, verifichino, attraverso una procedura di consultazione aperta, la coerenza di ogni nuovo servizio che si valuti come "rilevante" per i compiti di servizio pubblico radiotelevisivo.

Il sistema legislativo italiano già ricomprende, nella concessione *ex lege* del servizio pubblico radiotelevisivo disposta in capo alla Rai fino al 2016 (art. 49, comma 1, del Testo unico), sia la diffusione circolare di programmi televisivi e radiofonici con qualsiasi mezzo tecnico sull'intero territorio nazionale, sia l'offerta di servizi innovativi (art. 45, comma 2, del Testo unico). L'esigenza rappresentata nella citata Comunicazione 2009/C 257/01 viene soddisfatta dall'indagine conoscitiva propedeutica alla fissazione delle nuove linee-guida, che costituisce un'occasione di riflessione pubblica nella prospettiva di sviluppo dell'offerta della televisione pubblica nei tre ambiti tematici ai quali la legge ancora la fissazione degli ulteriori obblighi del servizio pubblico, cioè, come già detto, lo sviluppo dei mercati, il progresso tecnologico e le mutate esigenze culturali, nazionali e locali.

Il Consiglio dell'Autorità ha indetto l'indagine conoscitiva propedeutica alla definizione delle nuove linee-guida con delibera n. 130/12/CONS del 15 marzo 2012, che è stata pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* – serie generale n. 86 del 12 aprile 2012.

I quesiti proposti nell'indagine riguardano, in particolare, i mutamenti tecnologici e di mercato; i bisogni formativi indotti dalle nuove tecnologie, a cominciare dall'alfabetizzazione all'uso dell'internet; il fenomeno definito *cultural divide*; l'opportunità di programmi atti a favorire un rinnovamento socio-culturale del Paese (ad esempio, senso civico, legalità, trasparenza, ecc.); gli elementi che attribuiscono qualità all'informazione e, più in generale, alla programmazione televisiva. Il termine per far pervenire le informazioni da parte dei soggetti interessati è stato fissato in 30 giorni decorrenti dalla pubblicazione della delibera sulla *Gazzetta Ufficiale*.

3.2.4. La comunicazione politica

L'Autorità, nell'ambito delle competenze stabilite dall'art. 1, comma 6, lett. b), n. 9, della legge 31 luglio 1997, n. 249, svolge funzioni di garanzia nell'applicazione delle disposizioni vigenti in materia di propaganda ed informazione politica e dei principi di pluralismo, correttezza, completezza, imparzialità, obiettività, lealtà dell'informazione e di apertura alle diverse opinioni e tendenze politiche recati dagli articoli 3 e 7 del più volte citato Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici.

In applicazione della disciplina sulla *par condicio* di cui alla legge 22 febbraio 2000, n. 28, l'Autorità, in occasione di ciascuna tornata elettorale o referendaria, e previa consultazione con la Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, adotta le disposizioni attuative relative all'emittenza radiotelevisiva nazionale e locale privata, alla stampa, alla comunicazione istituzionale e ai sondaggi politico-elettorali. L'Autorità, inoltre, svolge le funzioni di vigilanza sul rispetto di tale normativa e dei regolamenti adottati nei confronti della concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo dalla Commissione parlamentare di vigilanza.

I Comitati regionali per le comunicazioni, funzionalmente organi dell'Autorità ai sensi dell'art. 1, comma 13, della legge n. 249/97, coadiuvano l'Autorità nello svolgimento delle attività in materia di comunicazione politica. L'art. 10 della legge n. 28/2000 prevede espressamente che l'Autorità si avvalga dei competenti Comitati nello svolgimento delle attività in materia di *par condicio*. I Comitati sono titolari di una specifica funzione di vigilanza sulle emittenti radiofoniche e televisive private locali, ai sensi della legge n. 313/2003 e del Codice di autoregolamentazione emanato con decreto del Ministro delle comunicazioni dell'8 aprile 2004, nonché sulle trasmissioni irradiate dalla Rai in ambito locale.

Nel periodo di riferimento della presente Relazione annuale, l'Autorità è stata impegnata nella regolamentazione e nella vigilanza di campagne elettorali regionali, provinciali e comunali e di campagne referendarie, oltre che nella consueta attività di vigilanza sul rispetto dei principi in materia di pluralismo dell'informazione.

Nel complesso, avuto riguardo sia ai periodi elettorali che a quelli ordinari, sono stati adottati n. 71 provvedimenti, sia a contenuto sanzionatorio sia di natura regolamentare.

Il sistema delle sanzioni

Il quadro normativo di riferimento dell'attività sanzionatoria dell'Autorità in materia di comunicazione politica è piuttosto articolato. L'apparato sanzionatorio della legge n. 28 del 2000 prevede sanzioni di tipo eminentemente ripristinatorio, che mirano a ristabilire in tempi rapidi la parità di accesso all'informazione politico-elettorale per le violazioni delle singole fattispecie tassativamente previste dalla legge.

Oltre alle sanzioni rispristinatorie, sono previste la trasmissione o pubblicazione, anche ripetuta a seconda della gravità, di messaggi recanti l'indicazione della violazione commessa e, ove necessario, di rettifiche, con un risalto, per fascia oraria e collocazione, non inferiore alla comunicazione da rettificare. L'Autorità, inoltre, può adottare anche ulteriori provvedimenti d'urgenza per ripristinare l'equilibrio nell'accesso alla comunicazione politica.

Durante il periodo elettorale, trova applicazione anche l'articolo 15 della legge 10 dicembre 1993, n. 515, nel testo modificato dalla legge n. 28/2000 e, dunque, le sanzioni amministrative pecuniarie ivi stabilite: per effetto della legge n. 689/81, viene applicata la sanzione prevista per la violazione più grave, aumentata sino al triplo, nel caso in cui con un'azione od omissione si violino le previste disposizioni.

In caso di mancata ottemperanza a ordini e diffide impartiti dall'Autorità, ai sensi dell'art. 1, commi 31 e 32, della legge n. 249/97, la sanzione pecuniaria prevista varia da 10.330 euro a 258.230 euro e, in caso di violazione di particolare gravità o reiterata, si può applicare la sospensione della concessione o autorizzazione per un periodo non superiore a sei mesi.

Per la concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo l'accertamento della mancata osservanza delle disposizioni della Commissione parlamentare di vigilanza può comportare la richiesta alla concessionaria di attivare i procedimenti disciplinari previsti dai contratti di lavoro per i dirigenti responsabili, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lett. c) n. 10, della legge n. 249 del 1997, nonché la verifica del rispetto del contratto di servizio.

L'apparato sanzionatorio previsto per l'emittenza radiotelevisiva locale dalla legge n. 313/2003 prevede l'adozione di provvedimenti di carattere compensativo idonei a eliminare gli effetti lesivi, nonché l'applicazione delle sanzioni previste dall'articolo 11-*quinquies*, comma 3, che vanno da un minimo di 1.000 euro a un massimo di 20.000 euro.

Periodo elettorale 2011

La primavera del 2011 è stata caratterizzata da numerosi appuntamenti elettorali, dei quali è stato dato già conto nella Relazione annuale dello scorso anno:

– elezioni provinciali e comunali del 15 e 16 maggio (delibera n. 80/11/CSP);

– referendum consultivo della Regione Sardegna (15 e 16 maggio 2011 - delibera n. 81/11/CSP);

– referendum per il distacco del Comune di Magliano Sabina (15 e 16 maggio 2011 - delibera n. 82/11/CSP);

– 4 referendum popolari nazionali abrogativi di norme di legge fissati per il 12 e 13 giugno 2011 (delibera n. 98/11/CSP). Proprio in relazione a tale importante consultazione, l'Autorità ha rivolto alle singole emittenti televisive nazionali l'invito ad assicurare un'adeguata e completa informazione sui temi oggetto dei referendum popolari indetti per i giorni 12 e 13 giugno 2011.

Ancora nella primavera del 2011, si sono svolte due ulteriori consultazioni referendarie di livello locale in relazione alle quali l'Autorità ha adottato le disposizioni attuative della legge n. 28/2000:

– delibera n. 106/11/CSP del 28 aprile 2011, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alla campagna per i referendum consultivi indetti dalla Regione Campania per i giorni 5 e 6 giugno 2011";

– delibera n. 153/11/CSP del 3 giugno 2011, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alla campagna per i referendum consultivi indetti dal Comune di Milano per i giorni 12 e 13 giugno 2011".

Successivamente, per le elezioni del Presidente della Giunta regionale e del Consiglio regionale del Molise indette per i giorni 16 e 17 ottobre, è stata adottata la delibera n. 227/11/CSP del 13 settembre 2011.

L'aggiornamento settimanale dei dati relativi al monitoraggio delle trasmissioni televisive nazionali – pubblicato sul sito dell'Autorità – ha consentito di accertare in tempo utile eventuali lesioni della parità di accesso ai mezzi di informazione e di avviare procedimenti istruttori, anche d'ufficio. In particolare, attraverso il monitoraggio, ventiquattr'ore su ventiquattro, delle trasmissioni delle emittenti televisive nazionali, è stato possibile acquisire gli elementi per assicurare la verifica dell'equilibrio nell'informazione e la parità di trattamento tra i soggetti politici nei due periodi in cui si articola la campagna elettorale (dall'indizione dei comizi alla presentazione delle liste e dalla presentazione delle liste alla chiusura della campagna elettorale), e degli altri obblighi che riguardano la comunicazione politica in tale periodo.

La tipologia degli interventi dell'Autorità è stata complessa e articolata, e si è concretizzata in richiami, inviti, ordini di contenuto ripristinatorio, nonché in provvedimenti di irrogazione di sanzioni amministrative pecuniarie per inottemperanza agli ordini o alle diffide previamente impartite.

Comunicazione istituzionale

Tra gli interventi posti in essere si segnalano quelli in materia di vigilanza sul rispetto delle disposizioni in tema di comunicazione istituzionale (Tabella 3.33). Sulla scorta di una circolare della Presidenza del Consiglio dei ministri del 23 marzo 2011, inviata a tutte le amministrazioni centrali, che fa propri gli indirizzi interpretativi dell'Autorità circa i requisiti di indispensabilità ai fini dell'efficace assolvimento delle funzioni proprie dell'ente e dell'impersonalità della comunicazione istituzionale durante i periodi elettorali, sono state valutate diverse fattispecie.

L'art. 9, comma 1, della legge n. 28/2000 stabilisce, infatti, che dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto è fatto divieto a tutte le amministrazioni pubbliche di svolgere attività di comunicazione, ad eccezione di quelle effettuate in forma impersonale e indispensabili per l'efficace assolvimento delle proprie funzioni. In applicazione della predetta disposizione di legge, in n. 6 fattispecie è stato accertato lo svolgimento di campagne di comunicazione istituzionale non indispensabili e non impersonali, per cui l'Autorità ha ordinato alle Pubbliche amministrazioni interessate (di cui 5 Comuni e una Regione) di pubblicare un messaggio recante l'indicazione di aver violato il divieto di comunicazione istituzionale in argomento; in n. 5 fattispecie, invece, è stata disposta l'archiviazione degli atti.

Merita, inoltre, segnalarsi l'attività di tipo consultivo, finalizzata a valutare la conformità al dettato dell'art. 9 di iniziative promosse da istituzioni o associazioni di matrice privatistica con il patrocinio di pubbliche amministrazioni. Accade, peraltro, che siano le emittenti televisive nazionali a chiedere di acquisire il preventivo parere dell'Autorità prima della messa in onda di campagne di comunicazione commissionate da amministrazioni statali.

Tabella 3.33. *Provvedimenti in materia di comunicazione istituzionale*

Delibera	Segnalante	Segnalato
108/11/CSP	sig. Francesco Vetri candidato Sindaco per il Comune di Cartura (PD) con la lista "Movimento 5 Stelle-Beppegrillo.it" per la presunta violazione dell'articolo 9 della legge 22 febbraio 2000, n. 28	Comune di Cartura (PD)
109/11/CSP	sig. Aniello Riello componente del circolo del Partito Democratico di Castel Morrone (CE)	Comune di Castel Morrone
121/11/CSP	sig. Fortunato Maccario, Consigliere del Comune di Castelnuovo Belbo (AT)	Comune di Castelnuovo Belbo (AT)
122/11/CSP	sig. Michele Caccavone, candidato Sindaco al Comune di Serracapriola - Lista Costruiamo Insieme	Comune di Serrapriola
124/11/CSP	on. Roberto Zaffiri, componente del Gruppo consiliare Lega Nord presso l'Assemblea legislativa delle Marche	Provincia di Macerata
131/11/CSP	Avv. Matarangola, presentatore lista civica "Cianetti Buongiorno Assisi"	Comune di Assisi
140/11/CSP	sig. Petrini Valter, segretario del partito Italia dei Valori del Comune di Marino (RM)	Comune di Marino (RM)
184/11/CSP	sig.ra Francesca Pietropaolo, candidata alle elezioni per il rinnovo del Sindaco e del Consiglio comunale di Capo d'Orlando (ME), nella lista "Democratici per Capo d'Orlando"	Capo d'Orlando (ME)
185/11/CSP	sig. Filippo Massari componente del Comitato sviluppo aree interne lucane (CSAIL)	Regione Basilicata
187/11/CSP	sig. Massimo Monni Consigliere regionale del PDL di Perugia	Comune di Perugia
108/11/CSP	sig. Francesco Vetri candidato Sindaco per il Comune di Cartura (PD) con la lista "Movimento 5 Stelle-Beppegrillo.it"	Comune di Cartura (PD)
242/11/CSP	signora Emanuela Pol, capogruppo consiliare del gruppo Insieme per Arcade	Comune di Arcade (TV)

Fonte: Autorità

Informazione politico-elettorale e messaggi autogestiti

In base a quanto previsto dall'art. 5 della legge n. 28/2000 e dai regolamenti di attuazione adottati, rispettivamente, dalla Commissione parlamentare di vigilanza e dall'Autorità, i programmi appartenenti all'area dell'informazione – dai telegiornali ai programmi di approfondimento informativo – nel periodo elettorale si conformano con particolare rigore ai principi di parità di trattamento dei soggetti politici, obiettività, completezza e imparzialità dell'informazione. Ai conduttori e registi dei programmi è richiesto un comportamento corretto e imparziale, ed è fatto divieto di fornire in maniera diretta o indiretta indicazioni di voto e comunque di esercitare anche in forma surrettizia un'influenza sulle libere scelte degli elettori.

Diversa è la disciplina relativa alla comunicazione politica, anche alla luce di un chiarimento giurisprudenziale intervenuto nel 2010, che ha sancito la differenza ontologica tra i programmi di comunicazione politica e quelli di informazione.

Per i messaggi autogestiti a titolo gratuito (art. 3 e 4 della legge n. 28/00) sono previste precise modalità ed adempimenti da parte delle emittenti televisive.

Per quel che concerne l'attività sanzionatoria scaturita da procedimenti, avviati sia d'ufficio che su denuncia di parte, per violazione della legge n. 28/2000 e delle relative disposizioni attuative, si segnalano gli ordini impartiti e precisamente:

– cinque ordini alle emittenti nazionali – di cui uno alla Rai – per il riequilibrio dell'informazione durante la campagna per le elezioni del 15 e 16 maggio 2011; tre ordini ad emittenti televisive in ambito locale – di cui uno alla Rai regionale.

Sempre in materia di informazione, sono da rilevare i provvedimenti contenenti inviti, rivolti alla concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, ma anche ad emittenti private (operanti sia sul digitale terrestre che sul satellite) per assicurare il rispetto dell'equilibrio dell'informazione e del principio della parità di trattamento durante la campagna elettorale, nonché due richiami alla società concessionaria del servizio pubblico, di cui uno in materia di messaggi autogestiti.

Quanto al referendum del 12 e 13 giugno 2011, vanno menzionati gli inviti rivolti alle emittenti nazionali, tra cui la Rai, ad assicurare l'informazione sui temi referendari.

Durante le campagne elettorali o referendarie i dati del monitoraggio televisivo sono pubblicati con cadenza quindicinale nel primo periodo della campagna e settimanale nel secondo periodo. I criteri specifici relativi alla valutazione del pluralismo informativo in tale periodo sono quelli definiti di volta in volta dalla Commissione parlamentare di vigilanza e dall'Autorità, previa consultazione tra loro, ciascuna nell'ambito della propria competenza.

Per le fattispecie, quindi, riferite alla campagna per le elezioni dello scorso anno (Tabella 3.34), l'Autorità ha assunto 41 provvedimenti, di cui n. 17 provvedimenti di archiviazione pe l'informazione.

Infine, è importante segnalare come la costante attività di monitoraggio svolta abbia consentito di rilevare il mancato rispetto degli ordini impartiti da alcune delle principali emittenti nazionali le quali non hanno assicurato, nei termini richiesti dall'Autorità, il riequilibrio nell'accesso all'informazione: l'accertamento di tali condotte ha determinato l'irrogazione di sanzioni amministrative pecuniarie ai sensi dell'art. 1, comma 31, della legge n, 249/97. Precisamente si tratta di otto provvedimenti:

- n. 6 sanzioni da euro 100.000,00 ciascuno (di cui n. 2 alla Rai) e n. 2 sanzioni da euro 258.230,00 ciascuna (una per la Rai s.p.a. ed una per RTI s.p.a.).

Tabella 3.34. *Periodo elettorale - primavera 2011 – Provvedimenti in materia di informazione politica - messaggi autogestiti*

Delibera	Segnalante	Segnalato
113/11/CSP	on. Zaccaria e altri	Rai-Radiotelevisione Italiana s.p.a e sanzione al Tg1
114/11/CSP	on. Zaccaria e altri	R.T.I.-Reti Televisione Italiane s.p.a. (Tg5, Tg4, Studio Aperto)
115/11/CSP	on. Zaccaria e altri	Telecom Italia Media s.p.a. (La7)
116/11/CSP	d'ufficio	Ordine alla società Sky Italia s.r.l. all'immediato riequilibrio dell'informazione durante la campagna elettorale per le elezioni provinciali e comunali fissate per i giorni 15 e 16 maggio 2011 (Sky Tg 24)
117/11/CSP	Unione di Centro	Invito alla società Sky Italia s.r.l. ad assicurare il rispetto del principio di parità di trattamento nei confronti tra candidati sindaci e nella rappresentanza delle forze politiche durante la campagna elettorale per le elezioni provinciali e comunali fissate per i giorni 15 e 16 maggio 2011
118/11/CSP	Italia dei Valori-Lista Di Pietro	Rai-Radiotelevisone Italiana s.p.a. per la presunta violazione degli articoli 3 e 7 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, e della legge 22 febbraio 2000, n. 28 (Tg1-Tg2-Tg3)
119/11/CSP	Unione dei Democratici Cristiani e democratici di Centro (UDC)	R.T.I. s.p.a. (Tg5-Studio Aperto) e Sky Italia s.r.l. (Sky-Tg24)
120/11/CSP	Federazione dei Verdi	Rai-Radiotelevisone Italiana s.p.a., R.T.I.-Reti televisive Italiane s.p.a. e Telecom Italia Media (Telegiornali e trasmissioni di approfondimento informativo)
123/11/CSP	sen. Dorina Bianchi, candidato Sindaco al Comune di Crotone	Tele Diogene
125/11/CSP	sig. Maurizio Scerra, coordinatore provinciale di Crotone della Democrazia Cristiana	Rai Tre-Edizione locale Cosenza
126/11/CSP	Italia dei Valori-Lista Di Pietro	Rai per la presunta violazione (Tg1)

127/11/CSP	d'ufficio	R.T.I.-Reti televisive Italiane s.p.a. inottemperanza all'ordine impartito con delibera n. 114/11/CSP (Tg4)
128/11/CSP	d'ufficio	Sky Italia s.r.l. per inottemperanza all'ordine impartito con delibera n. 116/11/CSP (SkyTg24
129/11/CSP	Lista Di Pietro – Italia dei valori	Rai-Radiotelevisione Italiana s.p.a. (invito ad assicurare informazione sui referendum)
130/11/CSP	Co.re.com. Calabria	Radio Telespazio s.p.a. (emittenti "Telespazio TV" e "Telespazio TV Studio Tre")
132/11/CSP	d'ufficio	Rai-Radiotelevisione Italiana s.p.a. (Tg1)
133/11/CSP	d'ufficio	Rai-Radiotelevisione Italiana s.p.a.
134/11/CSP	d'ufficio	R.T.I. Reti Televisive Italiane s.p.a. (Tg4)
135/11/CSP	d'ufficio	R.T.I. Reti Televisive Italiane s.p.a. (Tg5)
136/11/CSP	d'ufficio	R.T.I. Reti Televisive Italiane s.p.a. (Studio Aperto)
137/11/CSP	d'ufficio	Rai-Radiotelevisione Italiana s.p.a. (Tg3)- Richiamo
138/11/CSP	d'ufficio	R.T.I. Reti Televisive Italiane s.p.a. (Studio Aperto) – Invito
139/11/CSP	sig. Mario Muzzì, dirigente regionale del Partito democratico della Calabria	Tg3 Calabria
141/11/CSP	sig. Ezio Nertani, candidato alle elezioni comunali del Comune di Olgiate Comasco (CO) con la lista "Indipendenti Centro Destra progetto per Olgiate"	Il giornale di Olgiate
142/11/CSP	Italia dei Valori	Rai-Radiotelevisione Italiana s.p.a. (messaggi autogestiti) Richiamo
143/11/CSP	on. Butti	Rai-Radiotelevisione Italiana s.p.a. – Archiviazione
144/11/CSP	on. Butti	Rai-Radiotelevisione Italiana s.p.a. (Anno Zero)
151/11/CSP	on. Zaccaria ed altri	Rai-Radiotelevisione Italiana s.p.a. - Ordine conformativo
152/11/CSP	d'ufficio	Invito alle emittenti televisive nazionali private ad assicurare l'informazione sui referendum popolari indetti per i giorni del 12 e 13 giugno 2011
154/11/CSP	sig. Antonio Mauro, coordinatore provinciale di "Salerno del PDL"	"Lira TV"
155/11/CSP	avv. Laura Cavandoli, candidato alla carica di consigliere comunale presso il Comune di Neviano degli Arduini (PR)	"La Gazzetta di Parma"

156/11/CSP	Comitato promotore del Sì al referendum per l'acqua pubblica "Due Sì per l'acqua bene comune" in data 4 giugno 2011	Comune di Roma e Provincia di Roma
157/11/CSP	Comitato per il No ai refendum sui servizi pubblici locali a tariffa dell'acqua	RAI (Archiviazione)
158/11/CSP	on. Zaccaria e altri	Archiviazione del procedimento nei confronti della società R.T.I. Reti Televisive Italiane s.p.a. per l'inadeguata informazione sui referendum popolari indetti per i giorni 12 e 13 giugno 2011 (Tg4, Tg5 e Studio Aperto)
183/11/CSP	sen. Gino Trematerra (Coordinatore regionale UDC)	Centro Audiovisivo Maranatha S.c.a.r.l. (emittente televisiva "Cam Tele 3")
186/11/CSP	sig. Walter Usai	Videolina s.p.a. (emittente radiotelevisiva in ambito locale "Videolina")
196/11/CSP	Corecom Calabria	Edizioni Gec s.p.a. (emittente televisiva locale "Telecalabria RTC")
197/11/CSP	Corecom Calabria	Mondial Video Studio Produzioni Televisive s.r.l. (emittente televisiva locale "Teleradiojonio")
243/11/CSP	on. Francesco Aiello (candidato Sindaco nel rinnovo del Consiglio Comunale di Vittoria)	Teleservice s.r.l. (emittente televisiva in ambito locale "E20 Sicilia")
268/11/CSP	on. Carmelo Incardona (candidato sindaco nel rinnovo del Consiglio comunale di Vittoria) nei confronti della per la presunta violazione della legge 22 febbraio 2000, n. 28, e della delibera n. 80/11/CSP del 29 marzo 2011	Teleservice s.r.l. (emittente televisiva in ambito locale "E20 Sicilia")

Fonte: Autorità

Infine, per quel che concerne le elezioni del Presidente della Giunta regionale e del Consiglio regionale del Molise indette per i giorni 16 e 17 ottobre (delibera n. 227/11/CSP del 13 settembre 2011), l'Autorità ha svolto la conseguente attività di vigilanza, coadiuvata dal competente Comitato regionale, e ha adottato tre provvedimenti, di cui due archiviazioni nei confronti di emittenti locali e un ordine.

Tabella 3.35. *Elezioni in Molise (delibera n. 227/11/CSP) – Provvedimenti adottati*

311/11/CSP	signora Mariolga Mogavero (lista "Il Molise di Tutti")	Emittente "Telemolise"
312/11/CSP	signora Mariolga Mogavero (lista "Il Molise di Tutti")	Emittente "TLT Molise"
313/11/CSP	signora Mariolga Mogavero (lista "Il Molise di Tutti")	A.I. Communication di Ignazio Annunziata (editrice del mensile a diffusione regionale "Il Primo")

Fonte: Autorità

Periodo non elettorale

Nel corso del periodo non elettorale, oltre ai principi generali in materia di informazione e pluralismo dettati dagli artt. 3 e 7 del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, trovano applicazione le specifiche disposizioni attuative della legge 28/2000 adottate dall'Autorità per l'emittenza privata e dalla Commissione parlamentare di vigilanza nei confronti della concessionaria del servizio pubblico[135].

Poiché l'apparato sanzionatorio dettato dalla legge n. 28/2000 è applicabile unicamente nei periodi elettorali, non sono previste sanzioni pecuniarie nel periodo ordinario.

Soccorrono allora le citate norme generali che sanzionano l'inottemperanza ad ordini o diffide impartite dall'Autorità ai sensi dell'art. 1, comma 31, della legge 249 del 1997, e che prevedono una sanzione da 10.330 a 258.230 euro, oltre alle specifiche sanzioni previste dal Testo unico nei confronti della Rai, nell'ipotesi in cui la violazione di tali principi costituisca anche violazione del contratto di servizio.

Relativamente all'attività di vigilanza sul rispetto del pluralismo politico e istituzionale nei telegiornali diffusi dalle reti televisive nazionali, l'Autorità, al fine di assicurare la massima trasparenza e conoscenza dei propri criteri di vigilanza circa il delicato tema del pluralismo informativo, si è attenuta ai criteri fissati dalla delibera n. 243/10/CSP del 15 novembre 2010 che riguarda il rispetto del pluralismo politico e istituzionale nei telegiornali diffusi dalle reti televisive nazionali. La delibera indica la modalità e la frequenza del monitoraggio dei telegiornali andati in onda nell'intero arco di programmazione con riferimento ai periodi non elettorali e durante le campagne elettorali.

Nei periodi non elettorali i dati sono pubblicati sul sito *web* dell'Autorità con cadenza mensile (di norma il giorno 12 di ogni mese). Le valutazioni sul rispetto del pluralismo si basano sui dati riferiti a ciascun trimestre, utilizzando i parametri costituiti dal tempo di notizia, parola e antenna. L'Autorità, nelle proprie valutazioni, attribuisce valore prevalente al "tempo di parola" di ciascun soggetto politico o istituzionale, che rappresenta l'indicatore quantitativo più efficace per verificare il grado di pluralismo. In tale delibera, sono state evidenziate le differenze ontologiche tra la "comunicazione politica" e l'"informazione" e il diverso criterio applicabile a ciascuna categoria (*equal time* per la comunicazione politica, parità di trattamento per l'informazione).

135 Delibere dell'Autorità nn. 200/00/CSP, 22/06/CSP, 243/10/CSP. Provvedimenti della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza sui servizi radiotelevisivi 18 dicembre 2002 e 11 marzo 2003.

In applicazione del quadro normativo e regolamentare previsto per il periodo non elettorale l'Autorità ha svolto n. 5 procedimenti (Tabella 3.36). Inoltre, è stato adottato un provvedimento di richiamo nei confronti della concessionaria del servizio pubblico, al fine di incrementare nei telegiornali e nei programmi di approfondimento informativo l'informazione relativa alle iniziative intraprese da un partito politico e del suo leader, in relazione a temi legati all'attualità della cronaca di rilevante interesse politico e sociale.

In un caso specifico è stata adottata un'ordinanza ingiunzione nei confronti di un'emittente televisiva in ambito locale per l'inottemperanza ad una precedente delibera ai sensi dell'art. 11-*quinquies*, comma 3, della legge 28 del 2000, come modificata dalla legge 6 novembre 2003, n. 313.

Infine, con la delibera n. 226/11/CSP del 5 settembre 2011, l'Autorità ha adottato l'atto di indirizzo sull'osservanza dei principi vigenti in materia di informazione in tema di raccolte di firme per la promozione dei referendum popolari aventi ad oggetto la legge 21 dicembre 2005, n. 270, recante "Modifiche alle norme per l'elezione della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica".

Tabella 3.36. *Provvedimenti adottati nel periodo non elettorale in materia di informazione politica*

221/11/CSP	Partito della Rifondazione Comunista-Sinistra Europea Partito dei Comunisti Italiani	Rai-Radiotelevisione Italiana s.p.a.
222/11/CSP	Partito Radicale, Associazione politica nazionale lista Marco Pannella, dei Radicali Italiani, Associazione Luca Coscioni e Associazione Nessuno Tocchi Caino	Rai-Radiotelevisione Italiana s.p.a. (Tg1, Tg2, Ballarò, Anno Zero, Porta a Porta)
225/11/CSP	Partito della Rifondazione Comunista -Sinistra Europea Partito dei Comunisti Italiani	R.T.I. s.p.a.
244/11/CSP	d'ufficio	Ordinanza-ingiunzione alla società Teleischia s.r.l. (emittente televisiva in ambito locale "Teleischia")
321/11/CSP	on. Luigi Vitali	Telecom Italia Media s.p.a. (emittente televisiva in ambito nazionale "La7" - trasmissione "8 e mezzo" del 24 ottobre 2011 - archiviazione)

Fonte: Autorità

Periodo elettorale 2012

Nel corso della primavera del 2012 sono previsti diversi appuntamenti elettorali e, specificamente, le consultazioni per l'elezione diretta dei sindaci e dei consigli comunali, nonché per l'elezione dei consigli circoscrizionali fissate, con decreto del Ministro dell'in-

terno, per le giornate di domenica 5 e lunedì 6 maggio 2012 (in Sardegna, giusto decreto del Presidente della Giunta n. 34 del 21 marzo 2012, si vota il 20 e 21 maggio) e le consultazioni relative a due referendum a livello locale, quello abrogativo della Provincia Autonoma di Trento (29 aprile 2012) e quelli popolari abrogativi e consultivi della Regione Sardegna (6 maggio 2012).

La tornata elettorale relativa alle elezioni comunali, che investe tutte le regioni italiane, interessa più di mille comuni: il numero degli elettori chiamati alle urne è stimabile in circa 11 milioni (il 20,43% dell'intero corpo elettorale nazionale).

In ragione delle previsioni contenute nell'art. 23 del decreto-legge 6 dicembre 2011, convertito con modificazioni in legge 22 dicembre 2011, n. 214, la consultazione in esame non riguarda le province il cui regime sarà infatti definito da un decreto attuativo l'emanazione del quale è attesa entro il 30 aprile p.v. Pertanto, le attuali province continuano la propria attività fino al mese di marzo 2013.

L'Autorità, con delibera n. 43/12/CSP del 15 marzo 2012 (pubblicata in G.U. serie generale n. 68 del 21 marzo 2012) ha adottato le relative disposizioni attuative della legge 28/2000, le quali trovano applicazione esclusivamente nei confronti delle emittenti locali che esercitano l'attività di radiodiffusione televisiva e sonora privata e della stampa quotidiana e periodica negli ambiti territoriali interessati dalla consultazione: pertanto, tali disposizioni non si applicano ai programmi e alle trasmissioni destinati ad essere trasmessi esclusivamente a livello nazionale. La ragione di tale scelta risiede nel fatto che il corpo elettorale coinvolto dal voto è inferiore al quarto degli elettori su base nazionale, soglia fissata dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza sui servizi radiotelevisivi con il provvedimento 18 dicembre 2002 in tema di comunicazione politica e messaggi autogestiti in periodo non interessato da campagne elettorali in cui è previsto che "Ai fini dell'applicazione del presente provvedimento si considerano consultazioni elettorali quelle relative all'elezione del Parlamento europeo e del Parlamento nazionale, nonché le elezioni regionali, provinciali e comunali che interessino non meno del 25 per cento degli aventi diritto al voto su scala nazionale" (sottolineatura aggiunta). L'Autorità ha fatto proprio tale indirizzo interpretativo già in precedenti tornate elettorali.

Tuttavia, sebbene l'ambito di applicazione delle citate disposizioni sia esclusivamente locale, per quanto riguarda le emittenti radiotelevisive nazionali restano, comunque, fermi i principi generali in materia di informazione e di tutela del pluralismo, come enunciati negli artt. 3 e 7 del Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, nonché l'obbligo di disporre programmi di comunicazione politica come già avviene nel corso dei periodi non interessati da consultazioni elettorali.

Per quanto concerne i suddetti referendum locali – i referendum abrogativi e consultivi della Regione Sardegna e il referendum abrogativo della Provincia di Trento avente ad oggetto l'abrogazione delle Comunità di Valle – l'Autorità ha parimenti adottato le relative disposizioni attuative della legge n. 28/2000 (rispettivamente, delibera n. 66/12/CSP e delibera n. 67/12/CSP).

La risoluzione dei conflitti di interessi

Nel periodo di riferimento considerato dalla presente relazione annuale, l'Autorità, oltre alla ordinaria attività prevista dall'art. 8 della legge 20 luglio 2004, n. 215 in ordine agli obblighi di comunicazione di eventuali situazioni di incompatibilità da parte di titolari di cariche di governo, ha svolto la propria attività prendendo le mosse dalla conduzio-

ne di preliminari verifiche nei confronti delle imprese che agiscono nel sistema integrato delle comunicazioni di cui alla legge 3 maggio 2004, n. 112, e che fanno capo al titolare di cariche di governo, coniuge e parenti entro il secondo grado, ovvero sono sottoposte al controllo dei medesimi soggetti.

In particolare, l'attività dell'Autorità è finalizzata ad accertare che tali imprese non pongano in essere comportamenti che, in violazione delle disposizioni di cui alla legge 6 agosto 1990, n. 223, alla legge 31 luglio 1997, n. 249, alla legge 22 febbraio 2000, n. 28 e alla citata legge n.112/2004 (ora confluita nel Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici), forniscano un sostegno privilegiato al titolare di carica di governo.

Le leggi citate, denominate, nella prassi di settore, "leggi parametro", sono quelle che disciplinano il sistema radiotelevisivo e che pongono a fondamento del medesimo alcuni principi generali, quali il pluralismo, l'obiettività, la completezza, l'imparzialità e la lealtà dell'informazione.

La figura di illecito introdotta dalla legge n. 215/2004 nell'ambito delle funzioni attribuite all'Autorità in materia, costituisce una fattispecie complessa ed "aperta" che si configura a seguito della violazione delle prescrizioni contenute nelle quattro "leggi parametro", il cui tratto peculiare è quello di essere un illecito "proprio" delle imprese del SIC che fanno capo ai titolari di cariche di governo, ovvero ai coniugi o parenti entro il secondo grado. Poiché il legislatore si è limitato a indicare i soli elementi costitutivi di tale illecito (la violazione di norme preesistenti e la condotta che integra un indebito vantaggio), l'Autorità ne ha enucleato una definizione necessariamente ampia nel regolamento previsto dall'articolo 7 della legge medesima.

In tale regolamento il sostegno privilegiato è stato identificato con "qualsiasi forma di vantaggio, diretto o indiretto, politico, economico, di immagine al titolare di cariche di governo".

Ai sensi dell'art. 5 della legge n. 215/2004, i titolari di carica di governo debbono adempiere agli obblighi di comunicazione nel rispetto di una precisa tempistica. L'obbligo di comunicazione si sostanzia nel dichiarare all'Autorità, entro trenta giorni dall'assunzione della carica, le situazioni di incompatibilità di cui all'art. 2, comma 1, della legge n. 215/2004 che riguardano "i settori delle comunicazioni, sonore e televisive, della multimedialità e dell'editoria, anche elettronica", e nel trasmettere, entro i sessanta giorni successivi "i dati relativi alle attività patrimoniali, ivi comprese le partecipazioni azionarie" attinenti ai settori delle comunicazioni, e inclusi i dati relativi alle attività detenute nei tre mesi precedenti l'assunzione della carica. Le dichiarazioni debbono essere rese anche dal coniuge e dai parenti entro il secondo grado ai sensi dei commi 1 e 2 dell'art. 5 della legge, e deve essere altresì comunicata all'Autorità ogni successiva variazione dei dati patrimoniali "entro venti giorni dai fatti che l'abbiano determinata".

Nel periodo preso a riferimento si sono svolte, come sopra specificato, le elezioni provinciali e comunali dei giorni 15 e 16 maggio 2011, con turni di ballottaggio nei giorni 29 e 30 maggio seguenti, alle quali si è parzialmente sovrapposta la consultazione referendaria del 12 e 13 giugno. Si è trattato di una tornata elettorale lunga e complessa, che ha visto l'Autorità particolarmente impegnata nel monitoraggio dei programmi di informazione – condotto con frequenza settimanale e nell'ultimo periodo giornaliera – e nell'azione sanzionatoria, con profili che hanno riguardato sia valutazioni quantitative che qualitative del grado di rispetto del pluralismo informativo.

A seguito delle violazioni dei principi della *par condicio* riscontrate con la delibera n. 127/11/CSP del 13 maggio 2011, con la quale è stata irrogata la sanzione di euro 100.000,00 nei confronti del Tg4, e con le delibere n. 134/11/CSP, 135/11/CSP e

136/11/CSP del 23 maggio 2011, con le quali sono state, rispettivamente irrogate le sanzioni di euro 258.230,00 (TG4), euro 100.000,00 (TG5) e euro 100.000,00 (Studio Aperto) in relazione agli episodi riguardanti le interviste del Presidente del Consiglio diffuse in data 20 maggio 2011 dai tre notiziari, i competenti uffici dell'Autorità hanno avviato, d'ufficio e sulla base di esposti e di segnalazioni, il procedimento per l'accertamento della sussistenza del sostegno privilegiato di cui alla legge n. 215/2004.

Nel corso del procedimento è stato analiticamente approfondito il tema delle conseguenze sanzionatorie derivanti dalla disciplina sul conflitto di interessi qualora le violazioni delle leggi parametro non siano state successivamente reiterate nel corso della campagna elettorale di riferimento, anche in relazione alle precedenti esperienze applicative.

Da tale approfondimento è risultato confermato che l'esercizio del potere di diffida per sostegno privilegiato presuppone il permanere delle condizioni per l'eventuale perpetuarsi della violazione contestata da parte dell'impresa e cioè, nello specifico, che tale comportamento possa essere reiterato per la permanenza del periodo elettorale, alla cui durata sono condizionati una serie di obblighi specifici in capo alle imprese di comunicazione. Non essendo risultata verificata tale condizione, il procedimento non ha potuto che concludersi con l'archiviazione disposta con la delibera n. 657/11/CONS del 30 novembre 2011.

Dall'approfondimento condotto è quindi emersa l'esigenza di ridurre drasticamente i termini procedimentali per tali fattispecie. Sono state pertanto adottate modifiche alla delibera n. 414/04/CONS, successivamente modificata e integrata con la delibera n. 392/05/CONS, per abbreviare i tempi limitatamente ai procedimenti finalizzati ad accertare il sostegno privilegiato a seguito di violazioni della *par condicio* elettorale da parte di imprese facenti capo a titolari di cariche di governo – onde renderli maggiormente compatibili con il periodo di svolgimento delle campagne elettorali. A seguito di tale modifica il termine del procedimento – limitatamente a tali fattispecie – viene fissato in un massimo di 15 giorni, prorogabili a 20 solo in caso di specifiche esigenze istruttorie, in luogo dei 150 giorni (prorogabili fino a 210 giorni).

3.2.5. Gli interventi sanzionatori

Comunicazioni commerciali

L'attività di vigilanza sul rispetto delle disposizioni in materia di comunicazioni commerciali si esplica attraverso il controllo della programmazione delle emittenti sia nazionali che locali.

Per quanto riguarda le emittenti nazionali, si possono distinguere due modalità di monitoraggio:

– sulle emittenti televisive digitali terrestri e sulle residue analogiche, e sulle emittenti radiofoniche a livello nazionale, viene effettuato un monitoraggio sistematico sull'intera programmazione, attraverso la registrazione dei programmi e la successiva analisi e catalogazione delle diverse forme di comunicazione commerciale trasmesse nel corso di ciascuna giornata televisiva;

– sulle emittenti terrestri locali e satellitari il monitoraggio viene effettuato a rotazione periodica e/o a campionamento di alcune tipologie di programmi, per l'onerosità degli apparati necessari per la rilevazione (ampia gamma di strumenti necessari per la ricezione quali antenne e ricevitori, e differenti codifiche del segnale).

Per quanto riguarda le emittenti locali, sia radiofoniche che televisive, non essendo possibile l'esplicazione di un monitoraggio di natura sistematica, data la numerosità delle emittenti, che comporterebbe elevatissimi oneri per l'effettuazione del monitoraggio e vincoli di natura tecnica per l'impossibilità di procedere alla ricezione e alla raccolta di tutti i segnali diffusi da una unica postazione di rilevazione, il monitoraggio è stato delegato dall'Autorità alle strutture regionali dei Co.re.com. che operano a campione o su segnalazione, ed inoltrano documentazione del procedimento preistruttorio agli uffici competenti dell'Autorità per la successiva sanzione. Nell'ambito dell'attività di vigilanza e sanzionatoria si riscontrano miglioramenti a seguito dell'applicazione della nuova disciplina anche con riferimento al procedimento di istruzione della pratica amministrativa.

Lo stato dell'attività di vigilanza e sanzionatoria nei confronti delle emittenti a diffusione nazionale è riportato nella Tabella 3.37, per il periodo maggio 2011 – aprile 2012.

Tabella 3.37. *Emittenti televisive nazionali, stato dell'attività sanzionatoria nel settore della pubblicità radiofonica e televisiva*

Tipo infrazione	Emittente	Contestazione	Archiviazione	Ingiunzione	Importo (euro)
1. Affollamento sulla Concessionaria pubblica	RADIO 2	Cont. 77/11/DIC		26/12/CSP	20.658
2. Affollamento sulle emittenti private	FOX	–	214/11/CSP		
	SKY SPORT 1			233/11/CSP	10.329
	CANALE 5	Cont.95/11/DIC	Annullamento in autotutela		
	RADIO STUDIO 105	Cont. 78/11/DIC		111/12/CSP	10.329
	RADIO DEEJAY	Cont. 76/11/DIC	22/12/CSP		
	RADIO 101	Cont. 79/11/DIC	23/12/CSP		
	RADIO MONTECARLO	Cont. 80/11/DIC	24/12/CSP		
	RADIO 24	Cont. 81/11/DIC		27/12/CSP	10.329
3. Comunicazioni commerciali: product placement	RAI 2	–	162/11/CSP		
	RAI 1	–	192/11/CSP		
4. Contenuti pubblicitari lesivi dello sviluppo dei minori	ITALIA 1	Cont. 65/11/DIC	296/11/CSP		
	SPORTITALIA	Cont.107/11/DIC	Annullamento in autotutela		
	ITALIA 1	Cont.105/11/DIC	74/12/CSP		
	RETE 4	Cont. 106/11/DIC	75/12/CSP		
	Canale 5	Cont. 110/11/DIC	77/12/CSP		
	MTV	Cont. 111/11/DIC	78/12/CSP		
	LA 7	Cont. 112/11/DIC	79/12/CSP		
	Sportitalia	Cont. 122/11/DIC	81/12/CSP		

Fonte: Autorità

In aggiunta a tali dati, sempre con riferimento alle emittenti locali e nazionali, nell'arco temporale in esame, è opportuno riferire che sono stati avviati con contestazione, a seguito di segnalazione degli Ispettorati territoriali del Ministero dello sviluppo economico, della Guardia di finanza, dei Co.re.com. e del Comitato media e minori, di segnalazioni non qualificate e attività di monitoraggio d'ufficio, 14 procedimenti per la violazione dell'art. 5-ter del regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite (adottato con delibera n. 538/01/CSP), introdotto con la delibera n. 34/05/CSP in materia di televendite di servizi di cartomanzia e di pronostici concernenti il gioco del lotto.

Nel medesimo periodo, relativamente alla materia descritta sono stati adottati dall'organo collegiale i seguenti provvedimenti sanzionatori:

– 115 provvedimenti di ordinanza – ingiunzione; delibera n. 110/11/CSP – euro 5.165 – Lazio Tv, delibera n. 145/11/CSP – euro 2.066 – Tele 1, delibera n. 146/11/CSP – euro 10.330 – È Tv Teletricolore, delibera n. 147/11/CSP – euro 2.066 – Rete 8, delibera n. 159/11/CSP – euro 2.066 – Appennino Tv, delibera n. 160/11/CSP – 1.032 – Med 1, delibera n. 179/11/CSP – euro 14.462 – Telecampione, delibera n. 206/11/CSP – euro 1.033 – 7 Gold, delibera n. 207/11/CSP – euro 30.987 – Puntosat, delibera n. 208/11/CSP – euro 6.198 – Telecampione, delibera n. 209/11/CSP – euro 2.066 – Med 2, delibera n. 215/11/CSP – euro 6.198 – Telenorba 8, delibera n. 217/11/CSP – euro 2.066 – Extra Tv, delibera n. 218/11/CSP – euro 82.632 – Elite Shopping Tv, delibera n. 219/11/CSP – euro 2.066 – Canale Italia, delibera n. 234/11/CSP – euro 7.231 – Telenord, delibera n. 235/11/CSP – euro 12.396 – Telenord, delibera n. 236/11/CSP – euro 7.231 – Telenord, delibera n. 237/11/CSP – euro 9.297 – Telecity, delibera n. 247/11/CSP – euro 27.891 – Telecity, delibera n. 248/11/CSP – euro 32.023 – Telenord, delibera n. 249/11/CSP – euro 10.330 – Telenova, delibera n. 250/11/CSP – euro 7.231 – Telelombardia, delibera n. 251/11/CSP – euro 1.033 – Telereporter, delibera n. 252/11/CSP – euro 3.099 – Radiotelejonio, delibera n. 254/11/CSP – euro 10.330 – Telegenova, delibera n. 255/11/CSP – euro 12.396 – Telegenova, delibera n. 256/11/CSP – euro 1.033, 10, delibera n. 257/11/CSP – euro 1.033 – La 14, delibera n. 258/11/CSP – euro 9.297 – La 16, delibera n. 259/11/CSP – euro 1.033 – Telefortune Sat, delibera n. 260/11/CSP – euro 1.033 – Tiziana Sat, delibera n. 261/11/CSP – euro 1.033 – Cassiopea, delibera n. 262/11/CSP – euro 10.330 – Primocanale, delibera n. 263/11/CSP – euro 11.363 – Telecity, delibera n. 265/11/CSP – euro 1.033 – Studio Tv 1, delibera n. 266/11/CSP – euro 4.132 – Canale 23 Tuscolo, delibera n. 272/11/CSP – euro 17.561 – Telitalia, delibera n. 273/11/CSP – euro 1.033 – Antenna 3, delibera n. 274/11/CSP – euro 3.099 – La 11, delibera n. 276/11/CSP – euro 3.099 – Rete 55, delibera n. 277/11/CSP – euro 5.165 – Teletutto, delibera n. 278/11/CSP – euro 1.033 – Telecolor, delibera n. 279/11/CSP – euro 28.924 – Telelombardia, delibera n. 280/11/CSP – euro 13.429 – Telereporter, delibera n. 281/11/CSP – euro 3.098 – Telerent, delibera n. 282/11/CSP – euro 15.495 – Antenna 3, delibera n. 283/11/CSP – euro 2.066 – Retesole, delibera n. 284/11/CSP – euro 2.066 – Ies Tv, delibera n. 285/11/CSP – euro 10.329 – Starsat Ch 865, delibera n. 286/11/CSP – euro 10.330 – La 9, delibera n. 288/11/CSP – euro 1.549,50 – Europa 3, delibera n. 289/11/CSP – euro 15.493,50 – La 8, delibera n. 290/11/CSP – euro 15.493,50 – La 9, delibera n. 291/11/CSP – euro 6.198 – TRM, delibera n. 292/11/CSP – euro 2.582 – Telepuglia, delibera n. 293/11/CSP – euro 2.066 – Teleuniverso, delibera n. 294/11/CSP – euro 5.165 – Telenord, delibera n. 295/11/CSP – euro 3.099 – Lazio Tv, delibera n. 297/11/CSP – euro 1.549 – Lazio Tv, delibera n. 298/11/CSP – euro 41.316 – Star Sat, delibera n. 299/11/CSP – euro 12.396 – TVR Voxson, delibera n. 300/11/CSP – euro

3.098 – Idea Tv, delibera n. 301/11/CSP – euro 3.099 – Blustar Tv, delibera n. 302/11/CSP – euro 2.066 – TRCB, delibera n. 303/11/CSP – euro 1.033 – Telerama, delibera n. 304/11/CSP – euro 1.033 – Telerama, delibera n. 306/11/CSP – euro 17.561 – Teleradiocity Lombardia, delibera n. 314/11/CSP – euro 1.549,50 – Roma Uno, delibera n. 315/11/CSP – euro 45.452 – Telecampione, delibera n. 316/11/CSP – euro 3.099 – Supernova, delibera 317/11/CSP – euro 3.099 – Telecivitavecchia, delibera n. 319/11/CSP – euro 1.033 – Roma Uno, delibera 322/11/CSP – euro 18.588 – Teleradiocity Lombardia, delibera n. 323/11/CSP – euro 41.316 – Tizianasat, delibera 1/12/CSP – euro 1.033 – T9, delibera n. 2/12/CSP – euro 1.033 – Canale 10, delibera 3/12/CSP – euro 2.066 – Rete Oro, delibera n. 7/12/CSP – euro 1.033 – Canale 10, delibera 9/12/CSP – euro 1.033 – Televita 65, delibera n. 10/12/CSP – euro 1.033 – TVL, delibera 12/12/CSP – euro 2.066 – Tele Etere, delibera n. 13/12/CSP – euro 2.066 – TVL, delibera 28/12/CSP – euro 2.066 – TLA, delibera n. 29/12/CSP – euro 20.658 – Punto Sat 2, delibera 30/12/CSP – euro 2.066 – Punto Sat, delibera n. 31/12/CSP – euro 2.066 – Punto Sat, delibera 32/12/CSP – euro 20.658 – Punto Sat 2, delibera n. 33/12/CSP – euro 20.658 – Punto Sat 2, delibera n. 34/12/CSP – euro 41.316 – Telefortune Sat, delibera 35/12/CSP – euro 2.066 – Punto Sat, delibera n. 37/12/CSP – euro 61.974 – Star Sat CH 865, delibera n. 38/12/CSP – euro 1.549,50 – Telerent, delibera 44/12/CSP – euro 4.648,50 – Telenord, delibera n. 45/12/CSP – euro 1.549,50 – Canale Italia – Sky 913, delibera n. 49/12/CSP – euro 1.033 – Antenna 5, delibera n. 53/12/CSP – euro 1.549,50 – 7 Gold, delibera n. 54/12/CSP – euro 2.066 – Tele A, delibera 55/12/CSP – euro 3.099 – Reteversilia News, delibera n. 56/12/CSP – euro 2.066 – Tele A, delibera n. 57/12/CSP – euro 20.658 – Star Sat, delibera 58/12/CSP – euro 15.493,50 – AB Channel, delibera n. 59/12/CSP – euro 1.549,50 – TRM – Tele Radio del Mediterraneo, delibera n. 60/12/CSP – euro 1.549,50 – Gold TV, delibera n. 61/12/CSP – euro 2.066 – Gold Tv, delibera n. 65/12/CSP – euro 14.462 – Antenna 5, delibera 68/12/CSP – euro 4.132 – Canale Italia 83, delibera 69/12/CSP – euro 4.132 – Canale Italia 83, delibera n. 82/12/CSP – euro 2.066 – Teleradiocity Lombardia, delibera n. 83/12/CSP – euro 16.528 – Telelombardia, delibera n. 86/12/CSP – euro 2.066 – Antenna 3, delibera n. 87/12/CSP – euro 2.066 – Teleradiocity Lombardia, delibera n. 93/12/CSP – euro 15.493, 50 – Starsat, delibera n. 94/12/CSP - euro 1.549, 50 – 7 Gold, delibera n. 110/12/CSP – euro 41.316 – Capri Store;

– 38 provvedimenti di archiviazione: delibera n. 216/11/CSP – La 9, delibera n. 228/11/CSP – Teleradiopace, delibera n. 229/11/CSP – Teleradiopace, delibera n. 230/11/CSP – Teleradiopace, delibera n. 231/11/CSP – Primocanale, delibera n. 232/11/CSP – Telestar Liguria, delibera n. 246/11/CSP – Telegenova, delibera n. 253/11/CSP – Telestar Liguria, delibera n. 309/11/CSP – 50 Canale, delibera n. 310/11/CSP – Italia 7, delibera n. 318/11/CSP – Noi Tv, delibera n. 324/11/CSP – RTV 38, delibera n. 4/12/CSP – Telereporter, delibera n. 15/12/CSP – RTTR, delibera n. 16/12/CSP – Granducato TV, delibera n. 17/12/CSP – Teletruria, delibera n. 18/12/CSP – RTV 38, delibera n. 21/12/CSP – V9, delibera n. 39/12/CSP – Reteversilia News, delibera n. 40/12/CSP – Arezzo TV, delibera n. 46/12/CSP – Arezzo TV, delibera n. 48/12/CSP – Antenna 5, delibera n. 62/12/CSP – Antenna 5, delibera n. 64/12/CSP – Antenna 5, delibera n. 70/12/CSP – Gold TV, delibera n. 71/12/CSP – Rete 55, delibera n. 72/12/CSP – Antenna 3, delibera n. 80/12/CSP – Telecampione, delibera n. 85/12/CSP – Telereporter, delibera n. 92/12/CSP - Telereporter, delibera n. 95/12/CSP – Studio TV1, delibera n. 96/12/CSP - Telelombardia, delibera n. 97/12/CSP – Telenova, delibera n. 98/12/CSP - Teleradiocity Lombardia, delibera n. 99/12/CSP – Teletut-

to, delibera n. 100/12/CSP – Telecolor, delibera n. 101/12/CSP – Bergamo Tv, delibera n. 102/12/CSP, - Telereporter.

Tutela dei minori e degli utenti

Nel periodo maggio 2011 – aprile 2012, quanto all'attività di vigilanza e procedimentale, sono stati avviati numerosi procedimenti sanzionatori finalizzati all'accertamento di violazioni della normativa materia della tutela dei minori e degli utenti da parte di servizi di media audiovisivi diffusi in tecnica digitale terrestre, in ambito sia nazionale che locale, e satellitare.

Durante il periodo di riferimento, l'Autorità ha in particolare emesso:

– n. 18 ordinanze ingiunzioni, di cui:

– n. 1 per la violazione del codice di autoregolamentazione Media e minori in combinato disposto con l'art. 34, commi 1, 2 e 6, del decreto legislativo 31 luglio 2005: delibera n. 111/11/CSP – euro 10.000 – emittente locale Canale 11;

– n. 1 per la violazione dell'art. 4, comma 1, lettera b), del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e del codice di autoregolamentazione Media e minori in combinato disposto con l'art. 34, comma 4, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177: delibera n. 161/11/CSP – euro 25.000 – emittente locale R.T.I.;

– n. 3 per la violazione del codice di autoregolamentazione Media e minori in combinato disposto con l'art. 34, comma 6, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177: delibera n. 163/11/CSP – euro 25.000 – emittente satellitare Dance Tv, delibera n. 164/11/CSP – euro 25.000 – emittente satellitare Diprè Art Channel, delibera n. 14/12/CSP – euro 10.000 – emittente locale TVL;

– n. 2 per la violazione del codice di autoregolamentazione Media e minori in combinato disposto con l'art. 34, commi 2 e 6, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177: delibera n. 223/11/CSP – euro 5.000 – emittente locale Calabria Tv, delibera n. 5/12/CSP – euro 25.000 – emittente nazionale Rai Movie;

– n. 1 per la violazione dell'art. 34, comma 2, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177: delibera n. 271/11/CSP – euro 25.000 – emittente nazionale Rai Movie;

– n. 1 per la violazione del codice di autoregolamentazione Media e minori in combinato disposto con l'art. 34, commi 1 e 6, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177: delibera n. 275/11/CSP – euro 5.000 – emittente locale Telecolor;

– n. 3 per la violazione del codice di autoregolamentazione Media e minori in combinato disposto con l'art. 34, comma 7, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177: delibera n. 189/11/CSP – euro 25.000 – emittente satellitare Tiziana Sat, delibera n. 305/11/CSP – euro 100.000 – emittente satellitare Telefortunesat, delibera n. 325/11/CSP – euro 125.000 – emittente satellitare Tizianasat;

– n. 1 per la violazione dell'art. 34, comma 3, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177: delibera n. 307/11/CSP – euro 15.000 – emittente locale RTV 38;

– n. 1 per la violazione dell'art. 34, comma 4, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177: delibera n. 308/11/CSP – euro 10.000 – emittente locale RTV 38;

– n. 3 per la violazione dell'art. 1, comma 26, della legge 23 dicembre 1996, n. 650: delibera n. 438/11/CONS – euro 2.582 – emittente locale Calabria Tv, delibera n. 45/12/CONS – euro 25.823 – emittente satellitare Starsat (CH 865), delibera n. 133/12/CONS – euro 77.469 – emittente satellitare Starsat (CH 865);

– n. 1 per la violazione del codice di autoregolamentazione Media e minori in combinato disposto con l'art. 34 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177: delibera n. 11/12/CSP – euro 5.000 – emittente locale Radio Tele Diogene;

– n. 14 archiviazioni, di cui:

– n. 4 archiviazioni nel merito per presunta violazione dell'art. 34, comma 4, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177: delibera n. 148/11/CSP – emittente satellitare Sky Cinema 1, delibera n. 211/11/CSP – emittente satellitare Sky Cinema 1, delibera n. 212/11/CSP – emittente satellitare Sky Cinema Max, delibera n. 213/11/CSP – emittente satellitare Sky Cinema Mania;

– n. 3 archiviazioni nel merito per presunta violazione dell'art. 34, comma 2, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177: delibera n. 181/11/CSP – emittente nazionale Iris, delibera n. 269/11/CSP – emittente nazionale Rete 4, delibera n. 270/11/CSP – emittente nazionale Rai Movie;

– n. 2 archiviazioni nel merito per presunta violazione dell'art. 34, comma 6, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 in combinato disposto con il par. 4.1 del codice di autoregolamentazione Media e minori: delibera n. 190/11/CSP – emittente satellitare Teleitalia Tv (CH 987), delibera n. 296/11/CSP – emittente nazionale Italia 1;

– n. 1 archiviazione nel merito per presunta violazione dell'art. 34, commi 2 e 3, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, in combinato disposto con i par. 2.3 e 3.1 del codice di autoregolamentazione Media e minori: delibera n. 191/11/CSP – emittente nazionale Italia 1;

– n. 1 archiviazione nel merito per presunta violazione dell'art. 34, comma 2, e dell'art. 34, comma 6, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 in combinato disposto con il par. 4.1 del codice di autoregolamentazione Media e minori: delibera n. 245/11/CSP – emittente nazionale Rai 1;

– n. 1 archiviazione nel merito per presunta violazione dell'art. 34, commi 2 e 6, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 in combinato disposto con i par. 2.4 e 3.1 del codice di autoregolamentazione Media e minori: delibera n. 6/12/CSP – emittente nazionale Iris;

– n. 2 archiviazioni nel merito per presunta violazione dell'art. 34, commi 6 e 7, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, in combinato disposto con il par. 4.1 del codice di autoregolamentazione Media e minori: delibera n. 73/12/CSP – emittente nazionale Italia 1, delibera n. 76/12/CSP – emittente nazionale Canale 5.

Relativamente ai procedimenti allo stato in fase di definizione si segnalano:

– n. 7 atti di contestazione, di cui:

– n. 1 per la violazione dell'art. 34, comma 2, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;

– n. 5 per la violazione del codice di autoregolamentazione Media e minori e dell'art. 34, commi 2 e 6, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;

– n. 1 per la violazione dell'art. 1, comma 26, della legge 23 dicembre 1996, n. 650.

All'esito delle verifiche preistruttorie sono stati inoltre disposti n. 17 atti di archiviazione in via amministrativa.

Diritto di rettifica

Nel periodo di riferimento sono pervenute 4 richieste di esercizio di diritto di rettifica da parte di soggetti privati procedibili ai sensi dell'art. 32 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177. L'Autorità ha riscontrato, in due casi, la lesione degli interessi morali e materiali del richiedente, ordinando la trasmissione dell'apposita rettifica.

Obblighi di programmazione

Si possono riassumere quattro categorie di obblighi di programmazione rilevanti ai fini dell'attività sanzionatoria su segnalazione:

1. tenuta del registro dei programmi;
2. conservazione delle registrazioni;
3. interconnessione;
4. durata della programmazione.

La diffusione di programmi radiofonici e/o televisivi, realizzati con qualsiasi mezzo tecnico, ha carattere di preminente interesse generale e in questo contesto risultano fondamentali le prime due categorie che attengono agli obblighi che i fornitori di servizi media audiovisivi in tecnica digitale e le emittenti satellitari sono tenuti ad osservare in ossequio all'art. 8 del regolamento relativo alla radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale approvato con delibera n. 353/11/CONS del 23 giugno 2011, e all'art. 20, comma 5, della legge 6 agosto 1990, n. 223, all'art. 10, comma 1, della delibera n. 127/00/CONS e all'art. 1, comma 1, della delibera n. 54/03/CONS sugli obblighi di tenuta del registro dei programmi e di conservazione della registrazione dei programmi, nonché al Testo unico radiotelevisione dei servizi di media audiovisivi e radiofonici. Infatti, i fornitori di servizi media, in particolare, devono conservare e aggiornare un registro, sul quale devono essere annotati una serie di dati, tenendo conto di schemi di classificazione minimi comuni e più dettagliati per alcune categorie di emittenti, così come stabiliti nella citata delibera n. 54/03/CONS. Il registro dei programmi e l'archivio magnetico – ovvero, la conservazione delle registrazioni per i tre mesi successivi alla data di trasmissione dei programmi stessi – costituiscono due importanti strumenti di vigilanza, ma anche di conoscenza previsti per poter risalire alla programmazione irradiata da ogni emittente nel medio periodo, elemento questo necessario e imprescindibile per valutare la programmazione delle emittenti radiotelevisive e la conseguente ottemperanza alle norme di legge.

In tale ambito, l'Autorità ha adottato:

– n. 17 provvedimenti di ordinanza ingiunzione, di cui:

– n. 2 relativi alla tenuta del registro: delibera n. 165/11/CSP – euro 516 – Telestars, delibera n. 41/12/CSP – euro 5.165 – One Tv);

– n. 15 alla conservazione delle registrazioni: delibera n. 112/11/CSP – euro 516 – Teletirreno, delibera n. 174/11/CSP – euro 516 – ITR, delibera n. 175/11/CSP – euro 516 – Tele Pontina, delibera n. 176/11/CSP – euro 516 – Canale 31, delibera n. 177/11/CSP – euro 516 – RTV Aquesio, delibera n. 178/11/CSP – euro 516 – Radio Desiderio, delibera n. 238/11/CSP – euro 516 – Tele A, delibera n. 239/11/CSP – euro 5.165 – Tele A, delibera n. 287/11/CSP – euro 516 – Julie Italia, delibera n. 19/12/CSP – euro 516 – Telelibera, delibera n. 50/12/CSP – euro 516 – Nuova Spazio Radio, deli-

bera n. 51/12/CSP – euro 5.165 – Cassiopea – Sky 871, delibera n. 52/11/CSP – euro 5.165 – Ciao, delibera n. 84/12/CSP – euro 516 – TRC Telemodena, delibera n. 113/12/CSP – euro 516 – Telereggio;

– n. 22 provvedimenti di archiviazione per presunta violazione dell'art. 20, comma 4, della legge 6 agosto 1990, n. 223;

– n. 1 provvedimento di archiviazione per presunta violazione dell'art. 20, comma 5, della legge 6 agosto 1990, n. 223;

Infine, 10 procedimenti sono stati avviati con contestazione in relazione alla violazione dell'art. 10, comma 2, della delibera n. 127/00/CONS**.**

L'esercizio del diritto di cronaca sportiva

Tra i compiti istituzionali dell'Autorità vi è quello di vigilanza dell'esercizio del diritto di cronaca sportiva. Esso è svolto sotto il presidio sanzionatorio dell'art. 1, comma 31, della legge n. 249/97, nei limiti di quanto previsto a tutela degli assegnatari, al fine di assicurare un corretto bilanciamento tra diritti di esclusiva e diritto all'informazione, così come specificamente delineato dalle delibere nn. 405/09/CONS e 406/09/CONS del 17 luglio 2009 e successive modifiche (delibera n. 579/09/CONS) per quanto riguarda gli eventi sportivi di campionati, coppe e tornei professionistici a squadre che rientrano nell'ambito di applicazione del citato decreto legislativo n. 9/2008.

L'attività di specifico controllo e avvio del procedimento sanzionatorio avviene sia d'ufficio che a seguito di segnalazione, con l'ausilio, ai fini dei necessari approfondimenti istruttori, del Servizio ispettivo e registro dell'Autorità e di uffici e personale specifici del corpo della Guardia di finanza e della Polizia di Stato. L'attività di vigilanza sugli eventi sportivi trasmessi dalle emittenti televisive e radiofoniche si esplica attraverso un controllo della programmazione sia delle emittenti terrestri sia delle trasmissioni, anche in *simulcast*, sul web o sul satellite. Il monitoraggio viene effettuato a rotazione periodica e/o a campionamento di trasmissioni di eventi sportivi, programmi di informazione o di approfondimento sportivo.

Dall'attività procedimentale svolta, è emerso che i comportamenti riscontrati più di frequente consistano: per le emittenti televisive, nella cronaca continuativa in diretta dell'evento sportivo senza disporre dei relativi diritti o nella trasmissione di immagini salienti e correlate al di fuori dei limiti previsti dal Regolamento per l'esercizio del diritto di cronaca audiovisiva sportiva mentre; per le emittenti radiofoniche, nella trasmissione di finestre informative superiori, per numero, durata ed intervallo tra di esse, ai limiti imposti dal Regolamento in materia di cronaca sportiva radiofonica. In modo dettagliato, nel periodo di riferimento si sono conclusi 23 procedimenti sanzionatori, di cui 22 relativi alla violazione delle norme di cui alle delibere nn. 405/09/CONS e 406/09/CONS e 1 relativo alla violazione dell'articolo 2, comma 2, del Codice di Autoregolamentazione dell'informazione sportiva denominato Codice Media e Sport.

I procedimenti hanno riguardato la cronaca audiovisiva in diretta, la radiocronaca in diretta, la trasmissione di immagini salienti e correlate di eventi sportivi anche su internet. Si possono contare 18 ordinanze ingiunzione, 2 provvedimenti di archiviazione per intervenuta oblazione e 3 provvedimenti di archiviazione nel merito, distribuiti come dettagliato nella seguente tabella.

Tabella 3.38. *Diritti di cronaca sportiva – Procedimenti sanzionatori*

Tipo infrazione	Emittente	Contestazione	Archiviazione	Ingiunzione	Oblazione	Importo sanzione (euro)
Cronaca audiovisiva	Luna Sport	1/11/DIC/UDIS	–	436/11/CONS	–	15.493,71
in diretta eventi	Luna Sport	19/11/DIC/UDIS	–	107/12/CONS	–	30.987,42
sportivi	Tele Capri Sport	2/11/DIC/UDIS	–	388/11/CONS	–	20.658,28
	T9	7/11/DIC/UDIS	–	599/11/CONS	–	10.329,14
Cronaca radiofonica	Radio Erre2	4/11/DIC/UDIS	–	–	401/11/CONS	20.658,28
in diretta	Tele Radio Stereo	3/11/DIC/UDIS	–	437/11/CONS	–	10.329,14
	Radio Sportiva	10/11/DIC/UDIS	–	–	689/11/CONS	20.658,28
	Radiocentrosuono	17/11/DIC/UDIS	–	722/11/CONS	–	10.329,14
	Radio Radio	09/11/DIC/UDIS	–	659/11/CONS	–	20.658,28
Immagini salienti	Tele Sud	15/11/DIC/UDIS	–	47/12/CONS	–	10.329,14
e correlate eventi	Luna Sport	1/11/DIC/UDIS	–	436/11/CONS	–	già citato
sportivi	Odeon 24	11/11/DIC/UDIS	–	690/11/CONS	–	10.329,14
	Antenna Tre Nord Est	12/11/DIC/UDIS	–	686/11/CONS	–	10.329,14
	Napoli Canale 21	16/11/DIC/UDIS	687/11/CONS	–	–	–
	Rete oro	8/11/DIC/UDIS	–	658/11/CONS	–	30.987,42
	Canale Italia	13/11/DIC/UDIS	–	721/11/CONS	–	10.329,14
	Toscana TV	21/11/DIC/UDIS	–	108/12/CONS	–	20.658,28
	Video Nord	14/11/DIC/UDIS	–	688/11/CONS	–	10.329,14
	Super 3	20/11/DIC(UDIS	–	94/12/CONS		10.329,14
	Telecentro	25/10/DIC/UDIS	–	107/11/CONS	–	10.329,14
Immagini salienti	Lazialita.com	06/11/DIC/UDIS	–	575/11/CONS	–	10.329,14
su internet	Cittàceleste.com	27/10/DIC/UDIS	306/11/CONS	–	–	–
	Micri Communication	05/11/DIC/UDIS	657/11/CONS	–	–	–
Violazione Codice Media e Sport	Rete Oro	Istruttoria Corecom	–	224/11/CSP	–	5.000,00

Fonte: Autorità

Sono state, altresì, effettuate archiviazione in via amministrativa a vario titolo, tra cui per impossibilità di recuperare il materiale probatorio di presunte violazioni commesse su internet, manifesta insussistenza della violazione, difetto di notifica.

3.3. Il settore postale

L'attribuzione all'Autorità dei poteri di regolazione indipendente del settore postale

Il cosiddetto "decreto salva Italia" (D.L. 6 dicembre 2011, n. 201), art. 21, attribuisce all'Autorità i poteri di regolazione, vigilanza e tutela degli utenti sui servizi postali, precedentemente affidati all'Agenzia nazionale di regolamentazione del settore postale. La necessità di un regolatore indipendente, strutturalmente e funzionalmente separato dall'*incumbent* (attualmente controllato totalmente dal Ministero dell'economia) era stata già segnalata dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato[136]. Peraltro, la mancata previsione di un'autorità nazionale indipendente per la regolazione dei servizi postali aveva condotto all'avvio di una procedura di infrazione nei confronti dell'Italia, che ora, invece, risulta allineata al modello dominante in Europa, nel quale si valorizzano le sinergie esistenti nei settori delle comunicazioni elettroniche e postali: in ben venti Stati membri, le autorità nazionali di regolamentazione delle comunicazioni si vedono attribuita anche la competenza in materia postale.

Il compito attribuito all'Autorità è impegnativo: garantire la transizione del settore postale verso una completa liberalizzazione e una progressiva apertura alla concorrenza, obiettivi questi indicati dal quadro normativo comunitario e nazionale (da ultimo, la direttiva n. 2008/6/CE, cd. Terza Direttiva Postale[137], recepita a livello nazionale attraverso le modifiche apportate al decreto legislativo n. 261/1999, di seguito Decreto servizi postali).

La struttura organizzativa dell'Autorità è stata modificata con le delibere n. 731/11/CONS e n. 65/12/CONS che, rispettivamente, istituiscono e delineano l'articolazione interna della Direzione servizi postali, in modo da garantire, in maniera coordinata, l'espletamento delle tre principali funzioni ad essa assegnate: regolamentazione, vigilanza e tutela degli utenti.

Nei primi quattro mesi di operatività, la Direzione servizi postali ha effettuato innanzitutto una ricognizione delle attività da svolgere prioritariamente per proseguire il processo di liberalizzazione, aprendo alla concorrenza il settore postale. In tale contesto, sono state avviate attività pre-istruttorie e istruttorie, instaurando l'indispensabile interlocuzione con il Ministero dello sviluppo economico[138], l'*incumbent*, gli operatori concorrenti e gli attori istituzionali di livello nazionale e internazionale.

136 Segnalazione del 19 febbraio 2010, trasmessa al Governo e al Parlamento in occasione della presentazione del disegno di legge di recepimento della direttiva 2008/6/CE.

137 La direttiva n. 97/67/CE del 15 dicembre 1997, cd. Prima Direttiva postale, recante "*Regole comuni per lo sviluppo del mercato interno dei servizi postali comunitari ed il miglioramento della qualità del servizio*", è stata emendata due volte, nel 2002 dalla direttiva 2002/39/CE, cd. Seconda Direttiva postale, e nel 2008 dalla direttiva 2008/6/CE.

138 In particolare con la Direzione generale per la regolamentazione del settore postale.

Le attività in materia di servizi postali: regolazione, vigilanza, sanzioni e tutela degli utenti

In questa fase iniziale l'Autorità ha effettuato una ricognizione anche della disciplina più specifica relativa al settore (delibere CIPE, decreti ministeriali e Contratto di programma tra Poste Italiane e il Ministero dello sviluppo economico), e ha provveduto ad acquisire dati e analisi relative all'intero settore dei servizi postali. Attualmente, sono attivi circa 2.500 operatori, tra i quali più di 1.500 in regime di autorizzazione[139], e circa 900 in qualità di licenziatari[140]. Ad oggi, Poste Italiane detiene circa il 90% del mercato per servizi postali, TNT, che è il secondo operatore su scala nazionale, detiene una quota pari al 3%, gli altri operatori sono piccole e medie imprese per lo più attive nel mercato del recapito – molti sono ex concessionari di Poste – o dell'intermediazione per servizi di posta massiva.

La filiera produttiva del mercato dei servizi postali si suddivide in più segmenti:

a) l'accettazione degli invii nelle cassette di impostazione o negli uffici postali e il trasporto locale presso i centri dedicati allo smistamento (centri di meccanizzazione postale, di seguito CMP[141]);

b) la raccolta e lo smistamento presso i CMP, dotati di reparti dedicati per la quota di prodotto meccanizzabile e per lo smistamento manuale riservato ai prodotti non standardizzabili. La fase di smistamento, denominata fase di CRP, ovvero di ripartizione in partenza, genera due tipologie di macro-aggregati: i) gli invii destinati al bacino servito dallo stesso centro di meccanizzazione di primo smistamento e ii) gli invii destinati a bacini diversi, di competenza di altri CMP. Questi ultimi vengono trasportati via gomma o mediante l'utilizzo sinergico del trasporto aereo e di quello autostradale, a seconda della celerità richiesta per la consegna del servizio trasportato. Inizia, così, nel CMP lo smistamento in arrivo (o seconda fase di smistamento) che ripartisce, secondo criteri di omogeneità, gli invii destinati al recapito nel proprio bacino di utenza;

c) i prodotti omogenei vengono quindi inviati alle strutture di recapito chiamati centri di distribuzione (CD) o Presidi Decentrati di Distribuzione (PDD) presso le aree rurali. Ha, dunque, inizio la fase conclusiva, cioè la suddivisione per ciascun portalettere.

L'attività di regolazione relativa al servizio universale

I poteri di regolazione del settore posti in capo all'Autorità e le modalità del loro esercizio non potrebbero essere compresi senza considerare la centralità che il disegno legislativo riserva al servizio universale[142]. Al riguardo la già citata terza direttiva

139 L'autorizzazione è il titolo abilitativo che autorizza a svolgere i servizi non rientranti nel servizio universale.

140 La licenza individuale consente di erogare i servizi non riservati esclusivamente a Poste Italiane ma rientranti nel servizio universale.

141 I CMP sono 21 siti industriali ad alta automazione che servono date porzioni di territorio inclusive di più province e chiamate bacini logistici.

142 Per servizio universale s'intende un *basket* di servizi basilari di qualità determinata, da fornire permanentemente in tutti i punti del territorio nazionale, incluse le situazioni particolari delle isole minori e delle zone rurali e montane, a prezzi accessibili all'utenza.

comunitaria di liberalizzazione del settore lascia agli Stati membri una certa flessibilità nel definire l'ambito oggettivo delle prestazioni universali. Il Legislatore nazionale nel recepire tale direttiva (art. 3 del Decreto servizi postali) ha optato per un'ampia estensione, tale da ricomprendere i seguenti servizi, incluse le prestazioni transfrontaliere: (a) la raccolta, il trasporto, lo smistamento e la distribuzione degli invii postali fino a 2 kg; (b) la raccolta, il trasporto, lo smistamento e la distribuzione dei pacchi postali fino a 20 kg; (c) i servizi relativi agli invii raccomandati e assicurati; (d) la c.d. "posta massiva" (comunicazioni bancarie, bollette e bollettini di pagamento, ecc.); (e) la pubblicità diretta per corrispondenza (fino al 1° giugno 2012). Va, inoltre, notato che i servizi postali rientranti nel servizio postale universale si distinguono in due tipologie: (a) i servizi riservati che vengono erogati in esclusiva solo da Poste Italiane; (b) i servizi non riservati, che possono essere svolti anche da operatori postali diversi da Poste Italiane. I servizi postali riservati, affidati in esclusiva a Poste Italiane, sono la notificazione degli atti giudiziari e delle contravvenzioni irrogate ai sensi del Codice della Strada. Attualmente, Poste Italiane (di seguito anche Poste) risulta designata quale fornitore di servizio universale per un arco temporale di 15 anni[143], fino al 2026. Ogni cinque anni, il Ministero dello sviluppo economico, in base ad un'analisi di competenza dell'Autorità, verifica che l'affidamento sia conforme ai criteri elencati all'articolo 3 comma 11 – lettere da *a)* ad *f)* – del Decreto servizi postali. In particolare, ogni quinquennio, l'Autorità è chiamata a definire gli indicatori volti ad apprezzare i guadagni di efficienza[144] che Poste deve conseguire nell'erogazione del *basket* dei servizi universali. Invero, la definizione degli *standard* di efficienza, nonché la selezione di indicatori di ottimizzazione delle *performance* sono soltanto alcuni dei molteplici poteri che fanno capo all'Autorità in tema di servizio universale. Nel complesso, si tratta di poteri di regolazione, analisi e verifica, quali la fissazione delle tariffe dei servizi universali, la previsione e il monitoraggio di *standard* di quantità e di qualità di tali servizi a garanzia degli utenti finali, il calcolo del costo netto, l'eventuale estensione di obblighi di universalità in capo ai futuri licenziatari e, da ultimo, ma non di minor rilievo, il varo delle condizioni generali di espletamento dei servizi ricadenti nel perimetro di universalità.

Conclusa la premessa sul servizio universale, si illustrano le attività alle quali, in sede di esercizio dei propri poteri di regolazione, l'Autorità ha già dato avvio, nonché gli ambiti di prossimo intervento.

Prima del conferimento di poteri regolamentari all'Autorità, la disciplina attuativa di riferimento per il servizio universale era contenuta nel Contratto di Programma stipulato, con ciclicità triennale, tra il Ministero dello sviluppo economico e Poste Italiane, il cui varo è subordinato all'invio alle commissioni parlamentari competenti (Trasporti presso la Camera dei deputati e Cultura e lavori pubblici al Senato), per acquisirne parere motivato, e alla Commissione europea. Tale Contratto è stato, finora, la sede per fissare le tariffe, gli obiettivi di contenimento dei costi del servizio universale, le modalità di erogazione, i livelli di qualità, le stesse procedure di tutela degli utenti del servizio universale. Nel nuovo contesto regolamentare, secondo l'art. 3 comma 12 del Decreto servizi postali, il Contratto di programma è l'atto nel quale viene indicato l'importo dell'onere per la fornitura del servizio universale, che è posto a carico del bilancio dello Stato. È quindi evidente che il Contratto di Programma per il triennio 2012-2014, non potrà essere impostato secondo una logica di continuità con il quadro rego-

143 Cfr. l'articolo 23, comma 2, del Decreto Servizi postali.

144 Cfr. gli articoli 23, comma 2, e 3, comma 11, del Decreto Servizi postali.

lamentare previgente ma dovrà tenere conto delle modifiche apportate al quadro normativo, evitando che possano sussistere inferenze e implicazioni per l'esercizio dei poteri dell'Autorità in materia di servizio universale, di accesso alla rete postale, di qualità dei servizi, sistemi tariffari, vigilanza e tutela dell'utenza. In questo contesto, nell'attuale fase incipiente di transizione al modello regolatorio, l'Autorità ha dato avvio ad un'interlocuzione con il Ministero dello sviluppo economico per il necessario coordinamento delle attività di analisi necessarie all'adozione del Contratto di Programma per il triennio 2012-2014.

Sempre con riferimento al servizio universale, l'Autorità ha disposto alcuni approfondimenti sulle Condizioni generali di servizio per l'espletamento del servizio postale universale (CGS) proposte dal fornitore del servizio e soggette all'approvazione dell'Autorità, per effetto dell'articolo 22 comma 2 del Decreto servizi postali. Queste ultime hanno un elevato impatto sistemico, in quanto contengono una serie eterogenea di specificazioni sulle caratteristiche intrinseche dei servizi universali, sulle modalità di erogazione dei medesimi, fino a ricomprendere le modifiche gestionali e infrastrutturali che Poste intende porre in atto ai fini dell'offerta di tali servizi. Per esempio, esse contengono prescrizioni sulle modalità di indirizzo e confezionamento, sulle modalità di affrancatura, sulle cassette e sugli uffici postali, sui termini di giacenza, sui reclami. Nel complesso, le CGS rappresentano un atto regolamentare ereditato dal previgente sistema normativo, piuttosto articolato, con molteplici implicazioni sia per i clienti *business* sia per i clienti al dettaglio di Poste. Pertanto, l'Autorità ha dato inizio al processo di valutazione della proposta di aggiornamento delle Condizioni attualmente vigenti, notificata da Poste, chiedendo a quest'ultima alcuni approfondimenti e chiarimenti.

Come anticipato, un ulteriore potere conferito all'Autorità, nell'ambito della regolazione del servizio universale, è quello di determinare le condizioni economiche applicabili alle prestazioni in esso incluse. Al riguardo, lo scorso mese di febbraio, l'Autorità ha dato avvio alle attività di verifica sulle proposte di rimodulazione tariffaria riferite al biennio 2009-2010 presentate da Poste Italiane.

Ne consegue che nei prossimi mesi le aree sulle quali l'Autorità concentrerà la propria azione saranno principalmente quelle delle tariffe e del meccanismo di revisione pluriannuale al quale esse sono sottoposte (*price-cap*) e del costo netto del servizio universale. Si tratta di attività che presuppongono l'esercizio, da parte dell'Autorità, del potere ad essa attribuito in via strumentale di verificare l'adeguatezza della contabilità regolatoria di Poste Italiane e di prescrivere, eventualmente e previa notifica alla Commissione europea, modelli di contabilità dei costi più confacenti al raggiungimento degli obiettivi ad essa indicati dal legislatore.

L'attività di regolazione relativa all'accesso wholesale alla rete di Poste Italiane

Un altro settore importante, nell'ambito della competenza regolatoria, è quello dell'accesso alla rete postale, intesa nel suo complesso, cioè come insieme di infrastrutture fisiche e intelligenti, servizi all'ingrosso e strumenti accessori. Infatti, in una fase in cui occorre procedere alla liberalizzazione del mercato nazionale, favorendo l'ingresso di nuovi operatori, è necessario definire condizioni di accesso all'ingrosso alla rete di Poste Italiane trasparenti, proporzionali e non discriminatorie. Ciò richiede un processo regolamentare piuttosto articolato.

Come primo passo, sul versante dell'accesso alla rete di Poste Italiane, l'Autorità,

dopo una fase di pre-istruttoria, è in procinto di affrontare un tema significativo sotto il profilo concorrenziale. Si tratta delle Condizioni tecniche di accesso (CTA) per l'erogazione della filiera di servizi necessari all'offerta di posta massiva, cd. *bulk mail* (comunicazioni bancarie, bollette e bollettini di pagamento, ecc.). In altri termini, le CTA e le procedure di omologazione costituiscono il quadro di riferimento del regime contrattuale applicato ai grandi clienti e ai concorrenti di Poste Italiane che acquistano il servizio di posta massiva. Si tratta di un segmento di mercato che rappresenta ben il 50% in termini di volumi, e il 30% in termini di ricavi, rispetto al totale dei servizi rientranti nel cd. servizio universale. Su questo aspetto è stato avviato, con delibera n. 153/12/CONS, un procedimento istruttorio per individuare eventuali criticità nell'accesso alla rete di Poste Italiane da parte dei soggetti concorrenti e adottare le eventuali misure correttive per garantire una concorrenza efficiente nel settore postale.

La regolazione dei titoli abilitativi

Nei poteri generali di regolazione rientra anche l'esercizio della potestà regolamentare in materia di titoli abilitativi, licenze individuali e autorizzazioni generali. Rispetto ai regolamenti a suo tempo adottati dal Ministero (nel 2000 e poi aggiornati nel 2006), le prescrizioni dovranno tener conto del nuovo contesto normativo, in particolare della ridefinizione dell'ambito oggettivo del servizio universale operata dall'art. 3 del Decreto servizi postali. Inoltre, anch'esse dovranno perseguire la finalità di promuovere la concorrenza nei mercati postali. Va notato che, qualora l'analisi dello sviluppo del mercato deponga in tal senso, il rilascio della licenza individuale può essere condizionato a specifici obblighi di servizio universale. Infine, l'opera di adeguamento dei requisiti per il rilascio dei titoli abilitativi, alla luce degli sviluppi di mercato, si appalesa piuttosto delicata, in considerazione della necessità di operare una distinzione tra i mercati dei servizi rientranti nell'ambito del servizio universale e i nuovi mercati dei servizi a valore aggiunto che non assolvono alla funzione socio-economica propria del servizio universale.

L'attività di vigilanza e l'esercizio del potere sanzionatorio

La vigilanza sul corretto espletamento del servizio universale richiede una puntuale attività di monitoraggio e controllo sul complessivo rispetto dei livelli di qualità del servizio stesso. In tale ambito, sono rilevanti i parametri relativi alla tempistica e all'affidabilità del servizio, ma anche alla sua accessibilità. Particolare rilievo riveste la congruità dei punti di accesso alla rete di Poste Italiane, in particolare per ciò che riguarda la dislocazione degli uffici postali[145]. Dato l'impatto socio-economico della materia, l'Autorità ha voluto approfondire il tema della razionalizzazione degli Uffici postali di recente avviata da Poste Italiane. Al riguardo, è in corso di analisi il "*Piano degli interventi per la razionalizzazione degli uffici postali e delle strutture di recapito che non garantiscono l'equilibrio economico per l'anno 2012*" che Poste Italiane ha trasmesso

145 Il decreto legislativo n. 261/99 stabilisce l'attivazione sul territorio nazionale di un congruo numero di punti di accesso "*al fine di tenere conto delle esigenze dell'utenza"* (art. 3, comma 5, lett.c). I criteri di distribuzione degli uffici postali sono stati fissati con decreto 7 ottobre 2008 del Ministero dello Sviluppo economico, mentre quelli riguardanti gli standard minimi degli uffici postali nei periodi estivi sono stati stabiliti con il decreto 22 giugno 2007 del Ministero delle comunicazioni.

all'Autorità, ai sensi dell'art. 2, comma 6, del Contratto di programma 2009-2011. In particolare, l'Autorità dovrà valutare la quantificazione dei minori costi e la diminuzione degli oneri di servizio universale resi disponibili dalla razionalizzazione operata dal suddetto Piano, al fine di determinarne la conformità ai parametri di qualità del servizio universale previsti all'art. 3 del Decreto servizi postali. Sempre in materia di vigilanza, l'Autorità sta analizzando il "*Piano di rimodulazione delle aperture estive degli uffici postali per il 2012*", al fine di poter verificare la corrispondenza agli standard minimi di cui all'art. 2 del decreto del Ministero delle comunicazioni del 28 giugno 2007.

Inoltre, l'Autorità è impegnata a esaminare i rapporti sulla verifica della qualità effettuati dall'organismo terzo, specializzato ed indipendente, appositamente incaricato dal Ministero dello sviluppo economico.

Infine, l'Autorità, con delibera n. 194/12/CONS, ha aggiornato il proprio regolamento sanzioni – delibera n. 136/06/CONS – in attuazione dei poteri ad essa conferiti dall'articolo 21 del Decreto servizi postali. L'Autorità può esercitare l'attività sanzionatoria nell'ipotesi di violazioni degli obblighi connessi all'espletamento del servizio universale, degli *standard* prescritti dai titoli abilitativi e, infine, può sanzionare l'inottemperanza ai propri provvedimenti.

Tutela degli utenti

Di particolare rilievo in un settore in fase di progressiva liberalizzazione è l'attività in materia di tutela degli utenti dei servizi postali per offrire all'utente misure e strumenti concreti di ristoro seguendo un percorso alternativo a quello della giustizia ordinaria. La vigilanza in tale settore fornisce altresì elementi di conoscenza sulle principali criticità del mercato.

In tale prospettiva, l'art. 14 del Decreto servizi postali, in recepimento delle previsioni dell'art. 19 della Direttiva 2008/6/CE[146], stabilisce l'obbligo, posto a carico di ciascun fornitore del servizio postale, di dotarsi di procedure per la gestione dei reclami e di procedure conciliative "*uniformate ai principi comunitari*", prefigurando un sistema

146 Art. 19 della Direttiva 2008/6/CE:
1. Gli Stati membri assicurano che tutti i fornitori di servizi postali stabiliscano procedure trasparenti, semplici e poco onerose per la gestione dei reclami degli utenti, in particolare in caso di smarrimento, furto, danneggiamento o mancato rispetto delle norme di qualità del servizio (comprese le procedure per determinare di chi sia la responsabilità, qualora sia coinvolto più di un operatore, fatte salve le pertinenti disposizioni nazionali e internazionali sui regimi di compensazione.
Gli Stati membri adottano misure atte a garantire che le procedure di cui al primo comma consentano di risolvere le controversie in maniera equa e celere, prevedendo, nei casi giustificati, un sistema di rimborso e/o compensazione.
Gli Stati membri incoraggiano anche lo sviluppo di sistemi extragiudiziali indipendenti per la soluzione delle controversie fra fornitori di servizi postali e utenti.
2. Fatte salve le altre possibilità di ricorso previste dalla legislazione nazionale e comunitaria, gli Stati membri garantiscono che gli utenti, agendo individualmente o, quando il diritto nazionale lo prevede, in collegamento con gli organismi che salvaguardano gli interessi degli utenti e/o consumatori, possano presentare all'autorità nazionale competente i casi in cui i ricorsi presentati dagli utenti alle imprese che forniscono servizi nell'ambito del servizio universale non abbiano ottenuto risultati soddisfacenti.
Ai sensi delle disposizioni di cui all'art. 16, gli Stati membri assicurano che i fornitori del servizio universale e, se del caso, le imprese che forniscono servizi nell'ambito del servizio universale, pubblichino, assieme al rapporto annuale sul controllo delle prestazioni, le informazioni relative al numero di reclami e al modo in cui sono stati gestiti".

di rimborso o compensazione ove il fornitore sia chiamato a rispondere di un disservizio. Esaurita la procedura di reclamo e di conciliazione presso l'operatore, l'utente, ove la procedura non abbia avuto esito soddisfacente, può rivolgersi, individualmente o in collegamento con le associazioni nazionali dei consumatori e degli utenti, all'Autorità di regolamentazione. In ogni caso è fatta salva per l'interessato "*… la facoltà di adire all'Autorità giurisdizionale indipendentemente dalla presentazione dei reclami di cui ai commi 1 e 2 ovvero, in alternativa, di attivare meccanismi di risoluzione extragiudiziale delle controversie ai sensi del decreto legislativo 4 marzo 2010, n. 28*".

In attuazione delle citate prescrizioni, compete a tutti i fornitori di servizi postali (licenziatari e autorizzati), l'obbligo di adottare una Carta di Qualità dei servizi e di renderla conoscibile agli utenti, nonché di istituire procedure di reclamo, di rimborso e conciliative in sede locale.

I fornitori dei servizi postali devono inoltre pubblicare e trasmettere all'Autorità di regolamentazione, con cadenza annuale, le informazioni relative al numero dei reclami e alle modalità con cui sono stati gestiti.

Risultando, allo stato, presenti sul mercato circa 2.500 operatori, si può ragionevolmente ritenere che l'Autorità sarà interessata da una intensa attività di verifica del rispetto della garanzie poste a tutela dell'utenza.

Per tale ragione, da una parte è stata avviata l'attività di predisposizione della direttiva generale in materia di qualità e carte dei servizi postali[147]; dall'altra, si sta realizzando un sistema informatizzato di gestione delle segnalazioni per facilitare l'utente nella segnalazione dei disservizi postali.

In ogni caso, l'attività di tutela degli utenti dovrà esplicarsi in sinergia con le attività di monitoraggio e di controllo della qualità del servizio affidate alle competenze dell'Autorità.

L'attività internazionale

All'Autorità sono state attribuite direttamente anche le competenze in tema di partecipazione ai lavori e alle attività in materia postale nelle sedi internazionali e dell'Unione europea. Oltre a fornire il supporto e le informazioni richieste dall'Unione Postale Universale delle Nazioni Unite, l'Autorità è coinvolta in sede europea, sia nella cooperazione con le altre autorità di regolamentazioni nazionali, sia nella partecipazione al Gruppo dei regolatori europei per i servizi postali (*European Regulators Group for Postal Services* – ERG-P)[148].

147 Secondo le indicazioni della Raccomandazione della Commissione europea del 12 maggio 2010 relativa all'utilizzo di una metodologia armonizzata per la classificazione e la notifica dei reclami e delle richieste dei consumatori.

148 L'ERG-post è stato istituito con decisione della Commissione nell'agosto 2010 ed è operativo dal dicembre 2010. È costituito dai vertici delle 27 Autorità Nazionali indipendenti di regolamentazione degli Stati membri, dalla Commissione UE, dall'EFTA Surveillance Authority, dai Paesi non membri dell'UE appartenenti allo Spazio Economico Europeo (Norvegia, Islanda e Liechtenstein) e dai candidati all'adesione all'UE (che partecipano al Gruppo in qualità di osservatori). La Direzione generale mercato interno e servizi della Commissione fornisce il Segretariato all'ERG-Post ed ai gruppi di lavoro in cui esso è organizzato che attualmente sono cinque: (i) Contabilità regolatoria; (ii) Calcolo del costo netto del Servizio Universale – regime IVA; (iii) Soddisfazione degli utenti; (iv) Prodotti transfrontalieri; (v) Condizioni di accesso all'ingrosso. La Direzione servizi postali dell'Autorità, sulla base della delibera n. 65/12/CONS, è chiamata a partecipare alle attività dell'ERG-Post, inclusa la partecipazione ai Gruppi di Lavoro.

3.4. La tutela del consumatore

3.4.1. I rapporti con i consumatori e gli utenti

Nel corso dell'ultimo anno, l'Ufficio qualità, servizio universale e rapporti con le associazioni dei consumatori della Direzione tutela dei consumatori ha proseguito nelle realizzazione delle attività individuate nell'ambito del Protocollo di Intesa siglato nel 2008 tra l'Autorità e le Associazioni di consumatori componenti il Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti (CNCU), istituito presso il Ministero dello sviluppo economico ai sensi dell'art. 136 del Codice del consumo (decreto legislativo n. 206/2005).

Numerose sono state le comunicazioni informative inviate a tutte le delegazioni locali delle associazioni dei consumatori presenti sul territorio nazionale allo scopo di accrescere la conoscenza delle regole e delle nuove iniziative istruttorie avviate dall'Autorità. L'attività informativa ha contribuito a sviluppare un rapporto ancora più stretto fra l'Autorità e i rappresentanti locali delle associazioni dei consumatori, punti di contatto diretto con i consumatori-utenti e importanti "sensori" sul territorio delle problematiche di consumo di rilevanza per l'utenza dei servizi di comunicazione elettronica.

Frequenti sono state anche le sessioni di incontro con le associazioni e i loro rappresentanti nazionali sia nel corso delle audizioni relative alle istruttorie avviate dall'Autorità, sia in seno al Tavolo permanente di confronto istituito già dal 2006 (delibera n. 662/06/CONS) per garantire una costante consultazione su importanti temi di rilevante attualità istruttoria.

Nel febbraio 2012 sul sito *web* dell'Autorità è stato pubblicato l'aggiornamento de "I diritti dei consumatori nel mercato dei servizi di comunicazione elettronica", un documento informativo ancora più completo rispetto alla prima edizione del 2011, continuamente aggiornato e di facile consultazione che è gratuitamente distribuito sul territorio nazionale su supporto informatico, di concerto anche con le associazioni dei consumatori, attraverso il quale tutti gli utenti e i rappresentanti delle associazioni possono migliorare la conoscenza dei diritti dei consumatori nel mercato delle comunicazioni elettroniche.

Altra rilevante attività in cui è attualmente impegnata la Direzione tutela dei consumatori è la realizzazione di un "Codice dei diritti dei consumatori nel mercato dei servizi di comunicazione elettronica", che raccoglierà tutte le disposizioni vigenti in materia al fine di costituire uno strumento agile di consultazione per assistere i cittadini nella conoscenza delle norme e nell'esercizio dei loro diritti.

Le relazioni con il pubblico e il servizio di contact center

Il servizio di *contact center*, istituito nel 2009 presso l'Ufficio gestione segnalazioni e vigilanza della Direzione tutela dei consumatori, ha consentito di instaurare un più diretto rapporto con i cittadini e con gli utenti dei servizi di comunicazione elettronica.

Compito del servizio è favorire l'utenza dandole la possibilità di segnalare all'Autorità problematiche riscontrate nei rapporti con i fornitori dei servizi, rendendola consapevole degli strumenti di tutela disponibili e fornendole informazioni qualificate sulle attività dell'Autorità.

Allo svolgimento di questi compiti è dedicato un gruppo esterno di addetti (c.d. *front-office*) che, tutti i giorni feriali, fornisce un servizio di gestione delle richieste di informazione e delle segnalazioni degli utenti, inoltrando a personale della Direzione (c.d. *back office*) le richieste non assolvibili al primo livello.

La dimostrata capacità del servizio di proporsi quale strumento privilegiato di interlocuzione con i cittadini e di interfaccia per gli utenti nella comprensione delle dinamiche evolutive del mercato delle comunicazioni elettroniche ha indotto l'Autorità a potenziarlo ulteriormente. Nell'ambito del nuovo contratto di servizio, stipulato ad esito della gara europea approvata con delibera n. 600/10/CONS, si è provveduto, infatti, all'ampliamento sia delle postazioni di lavoro, passate da 5 ad 8, sia della fascia oraria di servizio estesa sino alle ore 17:00, con inizio alle ore 09:00. Nelle ore non incluse nella fascia 10:00 – 14:00 di erogazione del servizio di risposta telefonica, gli addetti del *contact center* svolgono attività di supporto operativo alla gestione delle segnalazioni cartacee e delle richieste di informazioni pervenute all'Ufficio a mezzo posta ordinaria o fax.

Due i canali, ad oggi, disponibili per accedere al servizio di *contact center*:

a) il telefono, attivi a tal fine, nei giorni lavorativi dalle 10.00 alle 14.00, il numero verde 800.18.50.60, per chiamate da fisso, e il numero geografico 081.750.750 per chiamate da rete mobile;

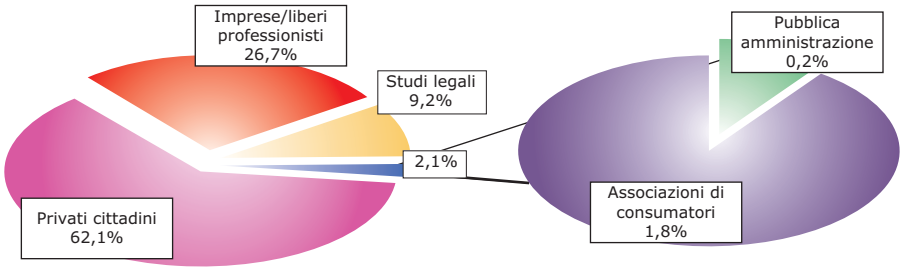
b) l'e-mail, all'indirizzo info@agcom.it.

Nel corso degli ultimi dodici mesi il *contact center* ha gestito circa 33.000 contatti con cittadini e utenti, offrendo loro informazioni generali sulle attività dell'Autorità, sulle normative di settore, sulle modalità di presentazione delle denunce e sugli strumenti di tutela, fornendo, all'occorrenza, indicazioni standardizzate per la corretta gestione e risoluzione delle problematiche emerse nei rapporti con i gestori dei servizi.

Il mezzo prevalentemente utilizzato dagli utenti per rivolgersi al *contact center* è stato il telefono (60,7% dei contatti). Il 25,8% delle richieste e segnalazioni dei cittadini è pervenuto ai recapiti postali e fax dell'Ufficio e il 13,5% alla casella di posta elettronica info@agcom.it.

Hanno contattato l'Autorità in prevalenza privati cittadini (62,1%) e imprese (26,71%); relativamente marginali sono stati i contatti da parte di altri soggetti qualificati, tra i quali si distinguono, tuttavia, gli studi legali (cfr. Figura 3.10).

Figura 3.10. *Contatti per tipologia di soggetto*



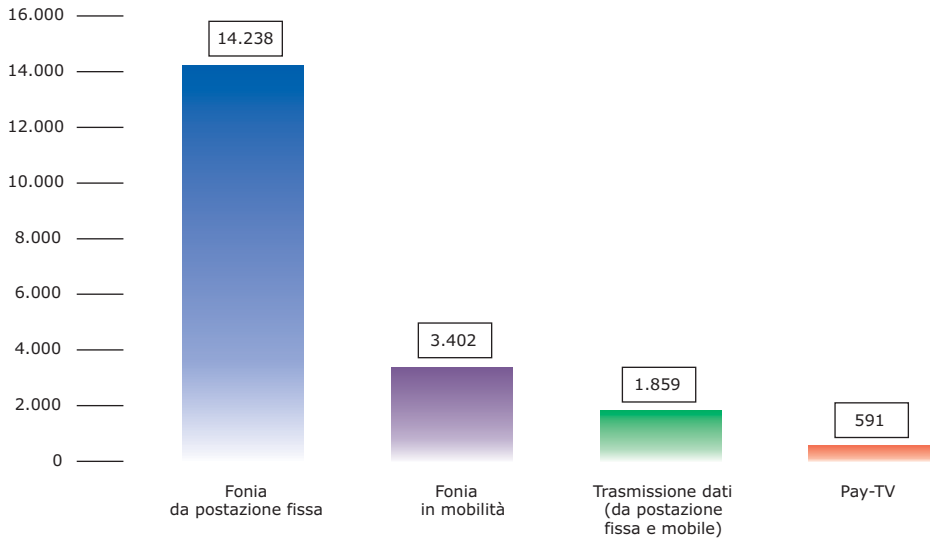
Fonte: Autorità

La maggioranza degli utenti (61,4%, pari a n. 20.090 contatti) si è rivolta al *contact center* per segnalare problematiche con gli operatori*;* il restante 38,6% (n. 12.646 contatti) ha utilizzato il servizio per richieste di informazioni. In più del 60% dei casi queste hanno riguardato le procedure amministrative dell'Autorità, in particolare con riferimento alla materia del contenzioso tra utenti e operatori e alle modalità di presentazione telematica delle denunce (Modello D). Il *contact center* ha gestito anche una considerevole mole di quesiti inerenti le comunicazioni al Registro degli operatori delle comunicazioni (20,5%, pari a n. 2163 contatti) e all'Informativa economica di sistema (11,7%, n. 1234 contatti).

Spostando l'attenzione alle tipologie di servizi, le richieste di informazioni hanno riguardato principalmente i servizi di telefonia (36,2%): gli utenti hanno chiesto, in particolare, chiarimenti sulle procedure di passaggio ad altro operatore, sulle disposizioni della legge n. 40/2007 in tema di costi di recesso e sull'esercizio del diritto di ripensamento.

Le segnalazioni di problematiche con gli operatori (n. 20.090) hanno interessato in larga misura la telefonia fissa (70,9%), seguita dai servizi di telefonia mobile (16,9%) e di trasmissione dati (9,3%). Le segnalazioni connesse alla *pay-tv* si sono attestate al 2,9 percento (cfr. Figura 3.11).

Figura 3.11. *Segnalazioni pervenute al contact center per tipologia di servizio (maggio 2011 – aprile 2012)*

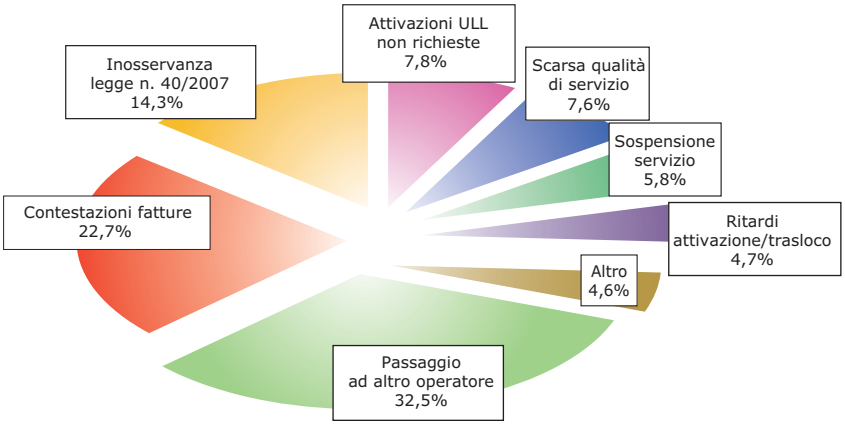


Fonte: Autorità

L'analisi delle problematiche per i servizi di fonia in postazione fissa conferma la difficoltà nelle procedure di passaggio ad altro operatore quale principale disservizio più frequentemente riportato dai cittadini, con circa un terzo delle segnalazioni (cfr. Figura 3.12). Gli utenti lamentano, in particolare, la prolungata sospensione del servizio di fonia in corso di passaggio; la tempistica eccessivamente lunga richiesta dal trasferimento; la ricezione di fatture da parte di entrambi gli operatori (*recipient* e *donating*) per lo stesso periodo di servizio; il mancato trasferimento di tutti i servizi attestati sull'utenza.

In crescita sono le segnalazioni aventi ad oggetto contestazioni di addebiti, che risultano particolarmente elevate in relazione alla ricezione di fatture successive alla disdetta del servizio (circa il 50% del totale) e a casi di disconoscimento di traffico. Seguono le segnalazioni relative a mancata applicazione delle disposizioni della legge n. 40/2007, in larga parte inerenti ai costi di disattivazione dei servizi e al ritardo nella gestione delle richieste di recesso (14,3%); attivazioni non richieste di servizi in *unbundling* (7,8%); scarsa qualità dei servizi forniti (7,6%); ingiustificate interruzioni e sospensioni amministrative delle utenze (5,8%); ritardi nell'attivazione o nel trasloco della linea (4,7%); altre problematiche di natura contrattuale (4,6%).

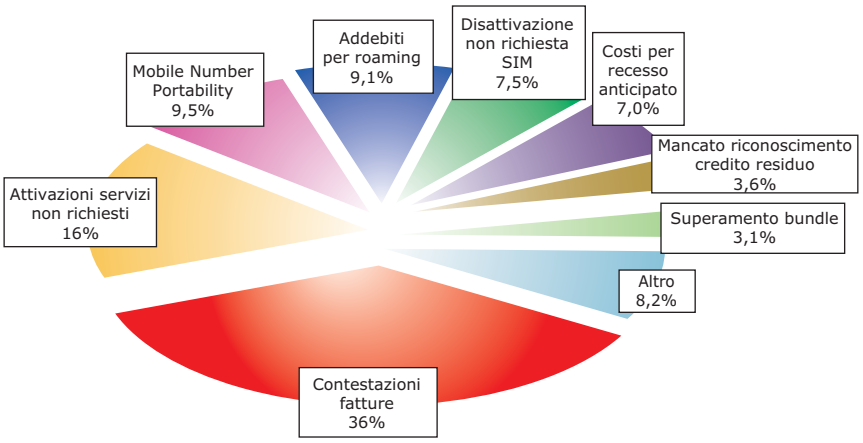
Figura 3.12. *Fonia fissa: problematiche più frequentemente segnalate*



Fonte: Autorità

Con il 36% delle segnalazioni, le contestazioni di addebiti in fattura continuano a costituire il principale motivo di reclamo al *contact center* per quanto riguarda la telefonia mobile (Figura 3.13). L'analisi delle segnalazioni rileva un incremento dei casi di mancata applicazione delle tariffe e delle promozioni sottoscritte; di fatturazioni successive alla disdetta del cliente, come pure di addebiti per la ricezione di messaggi che veicolano servizi informativi (*news*, meteo, traffico, etc.). Una consistente percentuale di segnalazioni (16,0%) riguarda l'attivazione di servizi non richiesti, prevalentemente servizi a sovrapprezzo in abbonamento quali fornitura di loghi e suonerie attivati in maniera non consapevole dai clienti, in genere con invio di un sms. Stazionarie le segnalazioni in materia di portabilità del numero mobile. Registrano una riduzione, rispetto al precedente periodo di riferimento, le segnalazioni relative a fenomeni di disconoscimento del traffico per superamento del *bundle* di servizio (diminuiti di ben 13 punti percentuali); quelle inerenti all'applicazione delle disposizioni della legge n. 40/2007, con riferimento sia ai costi per la disattivazione anticipata del servizio (ridottisi di 9 punti percentuali), sia al mancato riconoscimento del credito residuo (meno 4%). In crescita i fenomeni di disattivazione delle SIM e di disconoscimento degli addebiti per traffico in *roaming*.

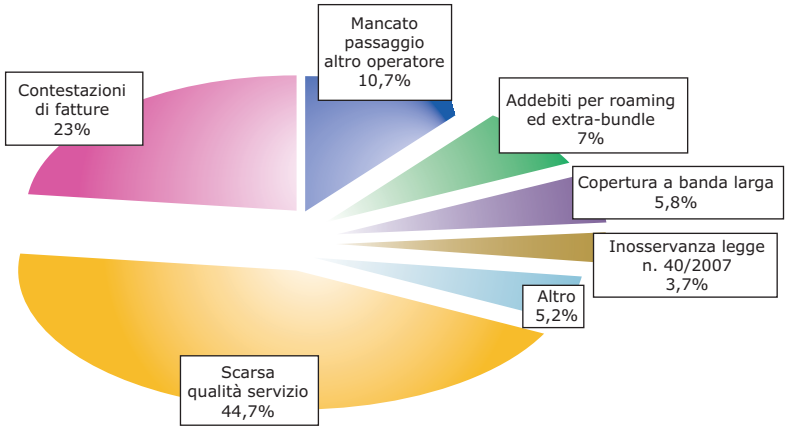
Figura 3.13. *Fonia mobile: problematiche più frequentemente segnalate*



Fonte: Autorità

Con riferimento ai servizi di trasmissione dati in postazione fissa e mobile (cfr. Figura 3.14), la criticità maggiormente lamentata dagli utenti è la qualità del servizio. Rilevante è, infatti, la percentuale di segnalazioni (44,7%) per servizi resi secondo standard di qualità difformi da quelli sottoscritti; in circa la metà dei casi ad essere lamentata è la limitata velocità di navigazione. Seguono le segnalazioni per fatture contestate (23,0%) ascrivibili, in particolare, all'attivazione di opzioni e servizi disconosciuti e agli addebiti per traffico in *roaming* UE ed extra UE. Il 10,7% segnala disservizi correlati alla mancata o ritardata migrazione da un operatore a un altro e circa il 6% degli utenti lamenta l'assenza di copertura in banda larga.

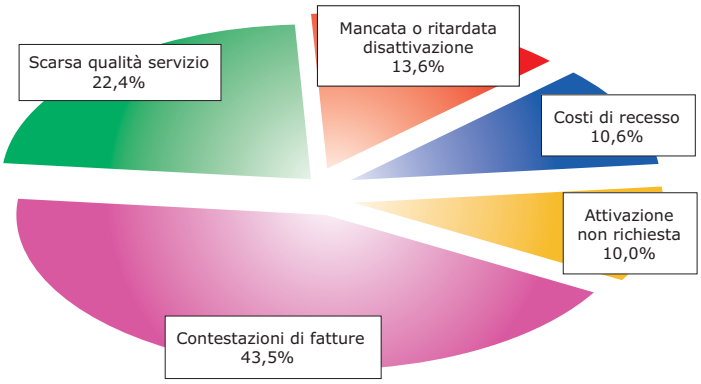
Figura 3.14. *Trasmissione dati: problematiche più frequentemente segnalate*



Fonte: Autorità

Le segnalazioni in materia di *pay-tv* hanno riguardato prevalentemente le contestazioni di fatture per addebiti a vario titolo disconosciuti (servizi non fruiti per inadempimento del gestore, servizi non richiesti, promozioni non applicate, condizioni di offerta differenti da quelle sottoscritte) e la scarsa qualità dei servizi erogati. Seguono le problematiche connesse al mancato rispetto delle norme relative al recesso, quali il ritardo nella gestione delle richieste di disdetta dei servizi e gli elevati costi di disattivazione (cfr. Figura 3.15).

Figura 3.15. *Pay Tv: problematiche più frequentemente segnalate*



Fonte: Autorità

In generale, la mancata gestione dei reclami da parte degli operatori e la scarsa qualità dei servizi telefonici di contatto (*call center*) continuano a costituire motivi ricorrenti di contestazione e interessano, in maniera trasversale, i diversi comparti delle comunicazioni elettroniche.

Sempre nell'ottica di stabilire un contatto più diretto con i cittadini, la Direzione tutela dei consumatori ha partecipato, nell'ambito dell'edizione 2011 del Forum della Pubblica amministrazione, all'iniziativa "Piazza della tutela del consumatore".

La "Piazza", gestita in collaborazione con l'Autorità per l'energia elettrica ed il gas e il Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti, ha costituito uno spazio di interessante condivisione e confronto con i cittadini e con altre istituzioni su rilevanti temi di tutela dell'utenza, quali le procedure stragiudiziali di risoluzione dei contenziosi tra utenti e fornitori di servizi e i modelli di relazione con il pubblico e con le associazioni dei consumatori.

Presso la "Piazza" sono stati distribuiti diversi materiali informativi predisposti dall'Autorità per orientare i consumatori verso una migliore conoscenza degli strumenti idonei a far valere i propri diritti e sono stati presentati i progetti "Accreditamento dei motori di calcolo per la comparazione dei prezzi dei servizi di comunicazione elettronica" e "Misura Internet". Quest'ultimo, nell'ambito dell'iniziativa "10X10 storie di qualità" del Forum PA, ha ricevuto una menzione speciale per la sua capacità di contribuire al miglioramento dei servizi resi ai cittadini.

3.4.2. La qualità dei servizi e la trasparenza delle offerte agli utenti

Per rafforzare la trasparenza delle informazioni e la capacità del consumatore di orientarsi tra le offerte degli operatori con riferimento sia alle condizioni economiche sia alla qualità dei servizi, l'Ufficio qualità, servizio universale e rapporti con le associazioni dei consumatori della Direzione tutela dei consumatori ha continuato l'attività di verifica e aggiornamento delle pagine del sito *web* dell'Autorità relative a "Carta dei servizi e qualità dei servizi di comunicazioni elettroniche" e "Tutela dell'utenza e condizioni economiche di offerta".

Nella pagina *web* "Carta dei servizi e qualità dei servizi di comunicazioni elettroniche" sono facilmente consultabili tutte le Carte dei servizi dei singoli operatori e i parametri di qualità dei servizi da essi forniti. I comparti di riferimento, disciplinati dalle apposite delibere, sono cinque: la telefonia vocale fissa (delibera n. 254/04/CSP), le comunicazioni mobili e personali (delibera n. 104/05/CSP), la televisione a pagamento (delibera n. 278/04/CSP), l'accesso a internet da postazione fissa (delibere n. 131/06/CSP e n. 244/08/CSP) e la qualità dei *call center* (delibera n. 79/09/CSP). Per consentire un confronto diretto tra i dati pubblicati dai vari operatori, sono stati aggiornati mensilmente, per ciascuno dei comparti richiamati, i collegamenti alle pagine web degli operatori contenenti le informazioni su qualità e carte dei servizi[149].

Nella pagina *web* "Tutela dell'utenza e condizioni economiche di offerta" sono, invece, rese disponibili, oltre alla normativa regolamentare di riferimento, la lista delle pagine web degli operatori contenenti le rispettive offerte commerciali. Per una più agevole consultazione, sono disponibili anche le comunicazioni pervenute in merito all'Autorità (obbligatorie ai sensi dell'art. 3, commi 4 e 5 della delibera n. 96/07/CONS), le condizioni e i prezzi dei servizi informazioni elenco abbonati praticati dai diversi operatori (delibera n. 83/05/CIR) e il collegamento ai motori di calcolo accreditati per il confronto tra le tariffe offerte al pubblico dagli operatori di comunicazioni elettroniche.

Sono stati, infine, prodotti alcuni video tutorial per l'utenza che oltre ad essere inseriti nelle citate pagine *web*, sono stati pubblicati anche nel canale YouTube dell'Autorità "VIDEOAGCOM" risultando dopo alcuni mesi tra i più visti da parte degli utenti.

Qualità dell'accesso ad Internet da postazione fissa: progetto "Misura Internet"

A due anni dall'attuazione della delibera n. 244/08/CSP, in tema di monitoraggio della qualità del servizio di accesso a internet da postazione fissa, l'accesso degli utenti al progetto "Misura internet" risulta sensibilmente aumentato.

149 Ai sensi della delibera n. 179/03/CSP relativa alla direttiva generale in materia di qualità e carte dei servizi di telecomunicazioni, i fornitori di servizi di comunicazione elettronica sono tenuti a pubblicare, sui propri siti *web*, le carte dei servizi, i resoconti semestrali e annuali sui risultati di qualità del servizio raggiunti e le relazioni annuali in materia di qualità dei servizi, contenenti gli indicatori, i metodi di misurazione, gli standard generali fissati per tali indicatori e gli effettivi risultati conseguiti nell'anno solare di riferimento.

Il Progetto, lanciato dall'Autorità nel novembre 2010, consente agli utenti di testare gratuitamente, mediante il software Ne.Me.Sys. (acronimo per NEtwork MEasurement SYStem), scaricabile dal sito www.misurainternet.it, le prestazioni del servizio di collegamento internet a banda larga da postazione fissa. Al fine di valutare l'evoluzione delle prestazioni del servizio in funzione del carico giornaliero della rete, Ne.Me.Sys. effettua una misura in ciascuna delle 24 fasce orarie, per un totale di 24 misure in 24 ore. L'utente ha a disposizione 3 giorni per completare la misura in tutte le fasce orarie.

I risultati del test sono certificati con il rilascio di un documento pdf riportante i valori dei *key performance indicators* (KPI, ossia velocità di trasmissione, ritardo e tasso di perdita di pacchetti dati durante le fasi di *uploading* e *downloading*). Nel caso il valore di almeno uno degli indicatori risulti peggiorativo rispetto ai parametri contrattuali, l'utente può presentare reclamo all'operatore per inadempienza e chiedere il ripristino degli standard pattuiti; ove non si riscontri, mediante un successivo test con Ne.Me.Sys., il ripristino dei livelli di qualità del servizio, l'utente ha la facoltà di recedere gratuitamente dal contratto evitando il pagamento dei costi di recesso per la parte relativa al servizio di accesso a internet da postazione fissa.

Nel periodo di riferimento sono state apportate al software Ne.Me.Sys. delle migliorie volte a risolvere alcune criticità rilevate nel primo semestre di utilizzo e introdurre nuove funzionalità per rispondere maggiormente alle esigenze di utilizzo degli utenti.

Un primo aggiornamento del software Ne.Me.Sys. è stato effettuato a giugno 2011. Con la nuova versione 1.2 si è introdotta una interfaccia grafica più versatile e facile da utilizzare; si è dimensionata la lunghezza del *file* di misura FTP sulla reale velocità della linea e non sulla velocità nominale, in modo da rendere la durata di ciascuna delle 24 sessioni di test invariante rispetto alla velocità del collegamento e comunque non superiore a 10-15 minuti; si è introdotta la possibilità di rilascio anticipato del certificato pdf, per cui se prima della conclusione del test completo il *software* accerta la violazione degli impegni contrattuali in relazione anche a uno solo dei KPI è immediatamente reso disponibile il *report* pdf con indicazione del solo KPI violato, fermo restando la facoltà dell'utente di proseguire con le misurazioni per ottenere il certificato contenente il dettaglio di tutti gli indicatori nelle 24 ore.

A novembre 2011 è stata rilasciata la versione 2.0 di Ne.Me.Sys. dotata di nuove modalità di misurazione in grado di renderne più agevole l'utilizzo. Il software Ne.Me.Sys. è stato in particolare migliorato e aggiornato mediante inserimento di un ulteriore controllo *software* realizzato tramite un c.d. *sniffer* a monte della scheda di rete che, a conclusione di ogni singolo test, analizza il traffico transitato. Se il traffico "spurio", differente dal traffico di misura FTP, è all'interno di una soglia stabilita dall'Autorità lo si tiene in conto nella misura, viceversa si ripete il singolo test. Restano invariati tutti i controlli interni a Ne.Me.Sys. e le caratteristiche minime che il pc utente deve possedere.

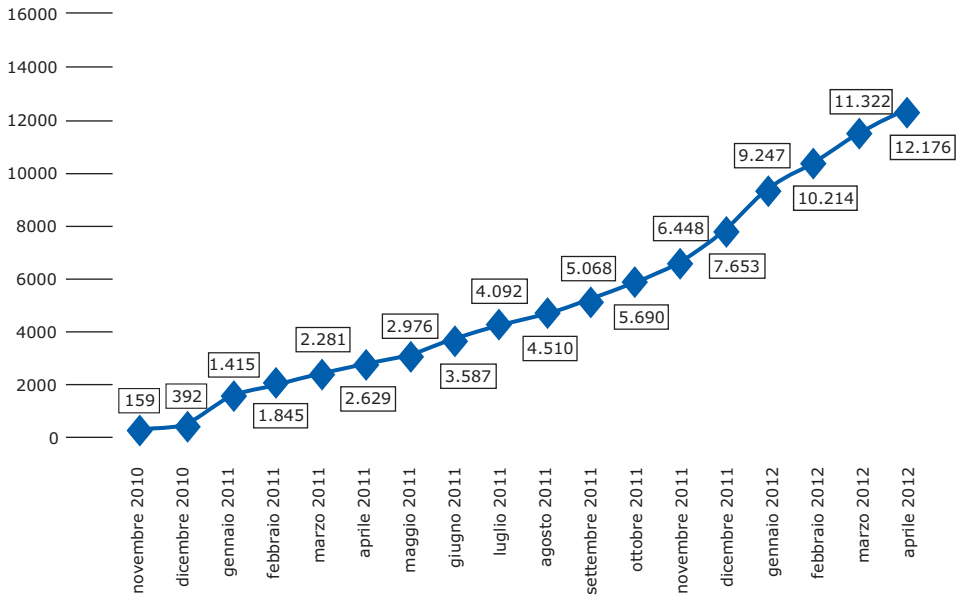
La base statistica di Ne.Me.Sys., a fine aprile 2012, a poco più di un anno dall'avvio del *software* utente, conta circa 80.000 iscritti al sito www.misurainternet.it, contro i circa 26.000 iscritti a fine aprile 2011, oltre 12.000 certificati rilasciati, contro i 3.000 rilasciati ad aprile 2011, ed oltre 170.000 visioni del video tutorial YouTube di Misura Internet rispetto alle 65.000 ad aprile 2011 (cfr. Tabella 3.39, Figura 3.16 e Figura 3.17).

Tabella 3.39. *Misura Internet – n. test Ne.Me.Sys., utenti registrati e pdf rilasciati (novembre 2010 – aprile 2012)*

Utenti registrati	Utenti che hanno fatto almeno una misura	Utenti che hanno ottenuto almeno un PDF a 24 misure	Utenti che hanno ottenuto almeno un PDF a rilascio anticipato
79.821	24.239	9.738	1.877

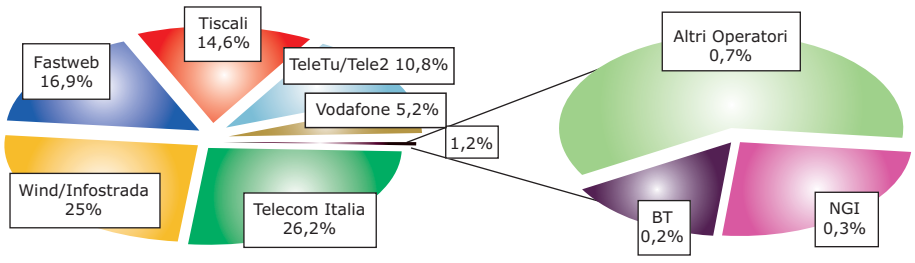
Fonte: Autorità

Figura 3.16. *Misura Internet – Andamento rilascio certificati PDF*



Fonte: Autorità

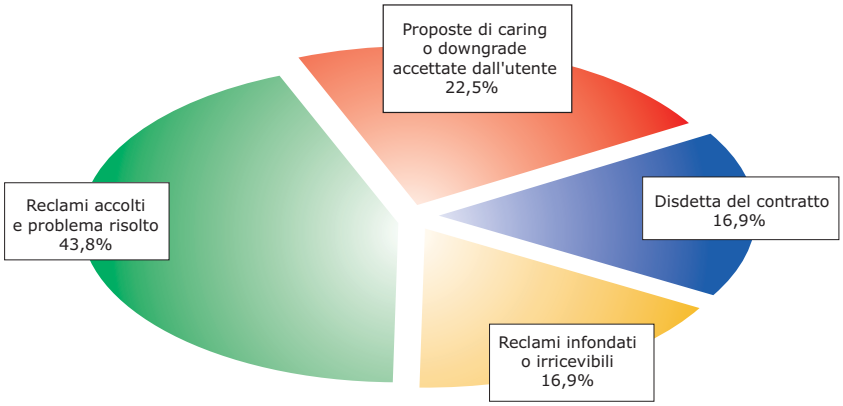
Figura 3.17. *Misura Internet – Distribuzione certificati PDF per operatore*



Fonte: Autorità

Dall'avvio del *software* a tutto marzo 2012 gli operatori hanno ricevuto 971 reclami ai sensi della delibera n. 244/08/CSP, di cui 890 con allegato il certificato pdf risultante dal software Ne.Me.Sys.; di questi, 150 reclami sono risultati non accoglibili perché documentavano valori in linea con gli impegni contrattuali o non contenevano informazioni in grado di individuare l'intestatario del contratto.

Figura 3.18. *Misura Internet – n. reclami con allegato certificato PDF attestante la misurazione*



Fonte: Autorità

Relativamente ai restanti 740 reclami ritenuti ricevibili, per 390 di essi è stato possibile migliorare gli standard di qualità rilevati da Ne.Me.Sys. Nei restanti 350 casi si sono evidenziati limiti fisici della linea, in particolare degrado ed eccessiva distanza dalla centrale, che non rendevano possibile migliorare i parametri di qualità. In relazione a tali casi 200 utenti hanno accettato azioni di *caring* e adeguamenti del profilo tecnico, mentre 150 clienti, a fronte dell'impossibilità di intervento risolutivo, hanno inviato comunicazione di recesso (cfr. Figura 3.18).

Dei reclami pervenuti agli OLO circa il 48% era relativo a linee in tecnologia ULL, il restante 52% a linee *bitstream*. Le prime 5 province per numero di reclami sono state: Roma (46%), Milano (18%), Torino (17%), Napoli (13%), Monza e Brianza (6%).

Allo stato, per rispondere ancora più efficacemente alle esigenze dell'utenza, si è impegnati alla realizzazione di una versione ancor più semplificata del *software* Ne.Me.Sys., della durata di pochi minuti e con possibilità di avviare la misura più volte durante il giorno ed ottenere lo storico dei risultati al fine di allargare la base statistica delle rilevazioni utente finale e aumentare la visibilità dell'intero progetto presso l'opinione pubblica. Tale versione, denominata "*Misura Internet Speed Test*", sarà disponibile entro la prossima estate.

L'introduzione di "*Misura Internet Speed Test*" consentirà di migliorare il quadro delle rilevazioni statistiche attualmente in possesso dell'Autorità e, ai sensi dell'articolo 72 del Codice, di pubblicare dati comparabili ed aggiornati sulla qualità dei servizi offerti dagli operatori.

L'Autorità con delibera n. 151/12/CONS, ad integrazione della delibera n. 244/08/CSP, si è posta l'obiettivo di lanciare una nuova fase del progetto che consentirà di raccogliere, attraverso un numero più elevato di misure istantanee, i dati relativi alla qualità del servizio di accesso a internet correlati alle connotazioni demografiche ed economiche della base utenti che effettua lo *speed test*, in linea con quanto studiato anche in ambito OCSE[150]. Anche i dati raccolti dall'utilizzo di "*Misura Internet Speed Test*" saranno pubblicati in forma aggregata e trattati, *inter alia*, a scopo di studio e di monitoraggio dell'evoluzione della qualità della rete, della sua disponibilità e della sua adozione da parte degli utenti finali nelle diverse fasce di classificazione, anche a beneficio degli stessi operatori, che potranno meglio individuare le aree geografiche su cui orientare gli investimenti al fine di incentivare l'incremento della banda larga migliorando le *performance* dei servizi offerti. Obiettivo ulteriore è quello di consentire al Paese di partecipare a collaborazioni internazionali sui temi di metriche di misura, monitoraggio, qualità e adozione del servizio internet a banda larga, attualmente all'ordine del giorno di organismi internazionali quali Unione europea, UIT e OCSE.

Qualità dei servizi di comunicazioni mobili e personali

Con la delibera n. 25/11/CONS del gennaio 2011 è stato avviato un procedimento per definire nuove misure in materia di qualità e carte dei servizi di comunicazioni mobili e personali. L'aggiornamento si è reso necessario in quanto il precedente quadro regolamentare (delibera n. 104/05/CSP) non risultava più adeguato alla realtà tecnologica e di mercato.

Il procedimento ha visto la partecipazione di un ampio numero di *stakeholder* tra operatori del settore, rappresentanti delle associazioni dei consumatori, e altri soggetti interessati, tra cui, in particolare, la Fondazione Ugo Bordoni, che ha curato per l'Autorità il progetto di ricerca sulla "*Qualità dei servizi di comunicazioni mobili e personali*" (cfr. cap. 4.1.3). L'attiva partecipazione ai lavori ha consentito di addivenire a scelte condivise che, auspicabilmente, renderanno più efficiente e rapida l'attuazione del relativo provvedimento.

La definizione delle nuove misure regolamentari è giunta a conclusione nell'aprile 2012 con la pubblicazione della delibera n. 154/12/CONS. La nuova disciplina, in linea con le normative tecniche europee ed internazionali, aggiorna gli strumenti per rappresentare in maniera significativa il livello effettivo di qualità dei servizi erogati tramite rete radiomobile e per garantire agli utenti finali l'accesso a un'informazione completa e confrontabile. In particolare si è provveduto a:

1. aggiornare e integrare i *key performance indicators* utilizzati per la valutazione di qualità del servizio voce e del servizio SMS/MMS, precedentemente individuati dalla delibera n. 104/05/CSP, con riferimento sia alle nuove generazioni di reti mobili (3G/UMTS), sia alle nuove piattaforme tecniche e agli aggiornamenti *hardware*/*software* di piattaforme preesistenti nell'ambito delle reti 2G/GSM;

150 L'OCSE è attualmente impegnata nello sviluppo di un nuovo quadro di metriche per facilitare l'analisi delle economie dei Paesi membri relativamente alla disponibilità dell'infrastruttura *broadband*, all'accesso, all'utilizzo e all'impatto di Internet sulla produttività e su altri parametri macroeconomici.

2. introdurre adeguati indicatori per la qualità del servizio dati in mobilità (*internet mobile*) e definire le modalità attuative per la loro misurazione e per la relativa informazione agli utenti.

Nel dettaglio, con riferimento al primo punto, la revisione ha riguardato i profili di seguito riportati.

3. Adeguamento per tecnologia GSM con revisione degli algoritmi di misurazione dei *key performance indicators* per effetto dell'evoluzione tecnologica delle infrastrutture di rete, consistente sia in nuove *release software* delle preesistenti tecniche, sia nella messa in servizio di nuove tecniche.

4. Adeguamento per tecnologia UMTS con definizione degli indicatori necessari alla misura della qualità del servizio voce su tecnologia UMTS sulla falsariga di quanto disponibile per GSM.

5. Introduzione di 2 nuovi indicatori di qualità combinati per tecnologia sia GSM sia UMTS, ossia (i) accessibilità alla rete e (ii) probabilità di mantenimento della connessione.

6. Adeguamento dell'indicatore relativo alla probabilità di trasferimento del messaggio SMS, inviato dall'utente al centro di raccolta e gestione degli SMS, alle nuove tecnologie di SMS-C.

7. Introduzione di un nuovo indicatore, relativo alla *completion rate* del SMS da SMS-C a utente destinatario, denominato "Tempo di consegna del SMS al primo tentativo".

È previsto un allegato tecnico, redatto dai quattro operatori di rete mobile (TIM, Vodafone, Wind ed H3G) con la supervisione della Direzione tutela dei consumatori, che descrive gli algoritmi attraverso i quali, a partire dai contatori statistici di dati grezzi disponibili per ogni piattaforma tecnologica, si ricavano le misure dei valori dei KPI definiti nel provvedimento. Il documento sarà pubblicato sul sito *web* dell'Autorità e sarà aggiornato, con cadenza annuale, a cura degli operatori, su *input* e con il coordinamento della Direzione.

In relazione, invece, alla qualità del servizio dati da postazione mobile, la modalità di misurazione, concordata per la fase iniziale del programma di verifica, è quella delle misure condotte sul campo (c.d. *drive test*). L'organizzazione e la realizzazione delle campagne di misure sul campo, per il 2012 e per le annualità successive sarà gestita dall'Autorità tramite la Fondazione Ugo Bordoni.

La verifica del servizio mobile, che per sua natura non è legato ad una specifica posizione, ma ad un'area, è effettuata mediante un approccio statistico, campionando la qualità offerta in diversi punti di test, opportunamente scelti nell'area di riferimento. A tal fine, le campagne saranno basate sull'utilizzo di autoveicoli itineranti opportunamente attrezzati per effettuare rilevazioni contemporanee sulle quattro reti mobili disponibili sul territorio nazionale.

Per assicurare adeguata significatività statistica ai risultati delle misurazioni, sono previsti per ciascuna campagna oltre mille punti di misura. Per la prima fase del programma, i punti di misura saranno localizzati in venti città (una per regione, di norma i capoluoghi) e saranno selezionati, in modo casuale, tra le aree a maggior densità abitativa.

Due le modalità di misura individuate: (i) misure nomadiche, ossia con il mezzo fermo, della durata di 20 minuti circa, i cui risultati costituiranno rilevazione ufficiale

della qualità delle reti; (ii) misure dinamiche, ossia con il mezzo in movimento, che saranno effettuate durante gli spostamenti tra una misura nomadica e l'altra, oppure tra un punto di misura e l'altro, i cui risultati non confluiranno nelle rilevazioni ufficiali, ma saranno effettuate in via sperimentale al fine di individuare le ulteriori migliorie da apportare alle misure ufficiali.

Le rilevazioni della qualità del servizio dati avranno cadenza semestrale. Per ogni anno solare, sono infatti programmate due campagne di *drive test* che andranno realizzate in modo da completare l'acquisizione delle misure relative alla prima campagna entro il primo semestre e quella relativa alla seconda campagna entro il secondo semestre. Solo per il 2012 è consentita una maggiore flessibilità nel piano di esecuzione delle misure, con un eventuale ritardo di qualche mese nella conclusione delle campagne e delle successive elaborazioni.

Le misure iniziali avranno ad oggetto le chiavette USB utilizzate per la connessione a internet mobile da *personal computer* portatili. Contrariamente ad altre applicazioni disponibili su *web*, l'architettura di misura, introdotta per la prima volta in Italia, consentirà di valutare le reali prestazioni delle reti mobili degli operatori su tutto il territorio nazionale, in quanto basata sul collegamento diretto fra le chiavette USB ed un server collocato al *Neutral Access Point* (NAP), cioè al confine fra la rete mobile e Big Internet.

I requisiti tecnici, funzionali, economici e organizzativi della qualità del servizio dati in mobilità, sono specificati in apposite linee guida pubblicate sul sito *web* dell'Autorità; sempre sul sito *web* saranno rese disponibili sia le informazioni sull'organizzazione delle campagne, sia i relativi risultati, differenziati per ciascuno dei quattro operatori di rete mobile.

L'Autorità, contestualmente all'espansione del mercato dei servizi dati in mobilità, continuerà a vigilare sulla qualità dei servizi e ad approfondirne gli aspetti evolutivi. A tal fine la delibera n. 154/12/CONS ha attribuito carattere permanente al tavolo tecnico che ha operato nel corso del procedimento. Prossimo obiettivo del tavolo sarà quello di integrare la valutazione sulla qualità del servizio con la valutazione sulla qualità percepita dall'utente, anche attraverso la definizione di un sistema basato sull'impiego di *agent software* da installare direttamente sui terminali degli utenti.

Qualità dei servizi di pay-tv

La Direzione tutela dei consumatori è attualmente impegnata in un procedimento per la revisione del quadro regolamentare vigente in materia di qualità e carte dei servizi di televisione a pagamento.

Database sulla copertura dei servizi in bandalarga wired-wireless del territorio italiano

Con la delibera n. 376/11/CONS il Consiglio dell'Autorità ha avviato un procedimento volto a realizzare uno strumento che consenta all'utente di conoscere l'intera offerta commerciale broadband – *wired*, mobile e *wireless* – disponibile nell'area di appartenenza, attraverso l'accesso organico alle informazioni relative alla copertura commerciale di rete.

L'obiettivo principale è eliminare l'asimmetria informativa esistente nei confronti degli utenti in relazione alla disponibilità, nelle diverse aree del territorio nazionale, di operatori e di servizi vari di accesso in banda larga ad internet. Tale obiettivo sarà realizzato attraverso un sistema informativo centralizzato che consolidi le informazioni contenute nelle basi dati di copertura disponibili presso gli operatori e renda fruibile l'informazione mediante la consultazione di un portale per il quale l'Autorità ha già predisposto l'URL (www.agcom.it/bandalarga). In base alle specifiche, in fase di definizione ad opera dell'apposito tavolo tecnico, si prevede la possibilità per l'utenza di effettuare ricerche puntuali su un indirizzo postale (comune, via e numero civico) o un'area specifica e di ottenere un'informazione georeferenziata con l'elenco degli operatori e delle offerte per l'accesso *broadband* a internet disponibili nell'immediato intorno territoriale dell'indirizzo fornito. Le informazioni restituite riguarderanno le offerte tecnologiche (ADSL2+, fibra ottica, WiFi, HSPA) di accesso a internet sia di rete fissa, sia di rete mobile, sia di rete wireless.

Dal punto di vista tecnologico, si prevede che il sistema informativo organizzi i dati di copertura delle varie tecnologie su base territoriale, attraverso una mappa del territorio nazionale suddivisa in *pixel*. Il sistema geografico di riferimento sarà l'MGRS (Military Grid Reference System) estensione del sistema UTM, che suddivide il globo in *pixel* mediante una griglia quadrata di spaziatura variabile e compresa tra un massimo di 6°x 8° ed un minimo di 1m x 1m mentre il sistema di riferimento geodetico sarà l'ETRF2000 (epoca 2008.0). Per l'estensione dell'Italia e l'identificazione dei *pixel* validi si farà riferimento al registro EPSG (Geodetic Parameter Registry).

La mappatura del territorio sarà realizzata mediante strati (*layers*) dedicati alle diverse tecnologie disponibili per l'accesso in banda larga ad internet (mobile e *wireless*) e l'integrazione della copertura puntuale degli indirizzi postali (individuati con un "CODICE Toponomastica" univoco per il territorio nazionale) e le relative centrali di attestazione per i servizi xDSL ed FTTx.

Il sistema, che dovrà garantire la massima flessibilità nella definizione della dimensione dei *pixel* di copertura da parte degli operatori mobili e *wireless*, prevederà una dimensione del *pixel* di copertura variabile in un intervallo 100-1.000 metri di lato, lasciando al singolo operatore la scelta del livello di precisione dell'informazione fornita che si realizzerà nella trasposizione dei dati di copertura dai differenti *database* degli operatori al DB unificato.

Gli operatori di rete mobile e *wireless* dovranno pertanto fornire la copertura richiesta del *pixel* per ciascuna tecnologia (Umts/Hspa e Hiperlan/WiMax ecc.) mentre gli operatori di rete fissa dovranno indicare per ogni area di centrale il profilo tecnico dell'offerta di accesso in banda larga a internet.

Lo sviluppo dell'intero sistema informativo sarà realizzato con tecnologia *open source* e disponibilità del codice sorgente. Il sistema rispetterà gli obiettivi *open data* dell'Agenda Digitale e le informazioni di copertura saranno aperte e disponibili non solo agli operatori, ma anche ai cittadini.

Per una successiva fase del progetto è prevista l'integrazione delle informazioni georeferenziate presentate agli utenti con i dati provenienti da altre iniziative della Direzione tutela dei consumatori, in particolare dal progetto Misura internet e dai siti di comparazione tariffaria accreditati.

Classificazione dei decodificatori

La commercializzazione sul mercato di una molteplicità di apparati per la ricezione di programmi televisivi digitali, originata dall'evoluzione delle piattaforme e dei sistemi di accesso condizionato adottati dagli operatori, ha evidenziato le difficoltà da parte degli utenti nel riconoscere e acquistare il ricevitore digitale più adatto alle proprie esigenze.

L'Autorità, con la delibera n. 255/11/CONS, ha definito uno schema di classificazione dei *decoder* presenti sul mercato nazionale che si pone l'obiettivo di fornire ai consumatori gli elementi informativi per una maggior consapevolezza nell'acquisto e nell'utilizzo di tali apparati.

In base alle qualità delle caratteristiche tecniche dei decodificatori, sono state individuate sei differenti classi di appartenenza: dalla classe 1, riferita ai *decoder* più completi e tecnologicamente avanzati, alla classe 6 che include quelli con caratteristiche minime ed essenziali. I costruttori, gli operatori e le catene di distribuzione commerciale hanno la facoltà di utilizzare il logo dell'Autorità, recante l'indicazione del numero della classe di riferimento dello specifico apparecchio e apporlo sugli involucri, sugli apparecchi e sugli scaffali esposti al pubblico.

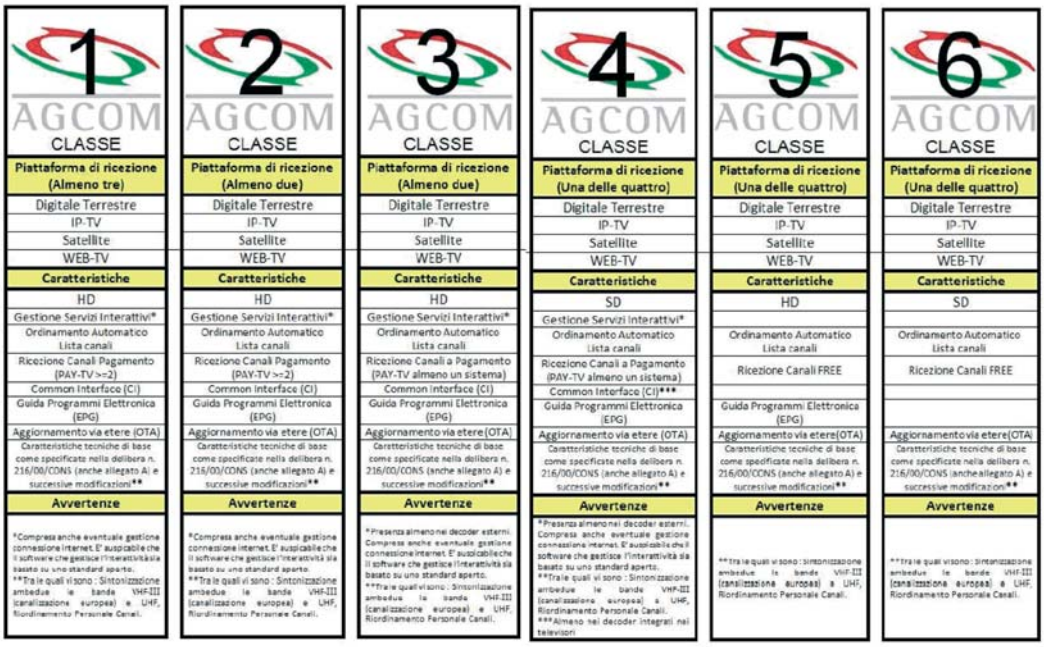
Tale iniziativa si inserisce strategicamente in un momento evolutivo caratterizzato dalla completa transizione verso il digitale terrestre e dall'introduzione del nuovo standard televisivo DVB-T2, già presente in altri Paesi europei, e per cui si ipotizzano scenari di sviluppo del mercato dei decoder/iDTV. In questo contesto, anche al fine di non disorientare i consumatori, la loro tutela costituisce una priorità nell'agenda dei lavori dell'Autorità, in particolare alla luce delle previsioni introdotte dal recente emendamento approvato dal Consiglio dei ministri del 16 aprile 2012.

Tale emendamento prevede, infatti, specifiche misure in materia di capacità trasmissiva, in particolare: "Vengono previste misure atte a favorire l'introduzione di nuovi standard televisivi DVB-T2, MPEG-4 e successive evoluzioni, attraverso i quali sarà possibile aumentare la quantità e la qualità della trasmissione televisiva. Per questo motivo, a partire dal 1° gennaio 2015 le aziende produttrici di televisori saranno obbligate a utilizzare solo sintonizzatori digitali in grado di ricevere i nuovi standard. Le nuove tv, dal 1° luglio 2015, saranno le uniche a poter essere commercializzate. Gli standard DVB-T2 e MPEG-4 necessitano inoltre di un numero più limitato di frequenze e ciò consentirà la trasmissione di una quantità più ampia e avanzata di contenuti. (…)".

Il coinvolgimento nelle attività del tavolo tecnico, gestito dall'Ufficio qualità, servizio universale e rapporti con le associazioni dei consumatori, dei maggiori costruttori e delle associazioni di categoria della grande distribuzione genererà, auspicabilmente, un miglioramento competitivo nell'offerta di questi dispositivi con positive ricadute per il consumatore.

Sono in programma varie iniziative informative (*depliant*, video tutorial, etc.), da attuarsi mediante specifici progetti con le associazioni dei consumatori, finalizzate sia alla diffusione e illustrazione all'utenza delle caratteristiche della classificazione, sia alla realizzazione di possibili studi comparativi e confronti di prezzo tra modelli diversi appartenenti alla stessa classe.

Figura 3.19. *La classificazione dei decoder adottata dall'Autorità*



Fonte: Autorità

L'attuazione delle disposizioni della legge n. 40/2007

La legge n. 40/2007, recante "Misure urgenti per la tutela dei consumatori, la promozione della concorrenza, lo sviluppo di attività economiche e la nascita di nuove imprese", ha disposto, all'articolo 1, comma 3, che "I contratti per adesione stipulati con operatori di telefonia e di reti televisive e di comunicazione elettronica, indipendentemente dalla tecnologia utilizzata, devono prevedere la facoltà del contraente di recedere dal contratto (…) senza vincoli temporali o ritardi non giustificati e senza spese non giustificate da costi dell'operatore e non possono imporre un obbligo di preavviso superiore a trenta giorni". Il successivo comma 4 della legge ha attribuito all'Autorità la vigilanza l'attuazione delle predette disposizioni[151].

Nei contratti per adesione, come noto, la parte aderente è tipicamente priva di un sostanziale potere negoziale e rischia, nell'evenienza di anticipata risoluzione contrattuale, di incorrere in vincoli anti-concorrenziali. Per evitarli la norma citata ha introdotto una disciplina che rende il recesso agevole nei tempi e nelle modalità e, soprattutto, non gravato da oneri ad esso non pertinenti: impedendo che il recesso diventi la sede di imputazione di costi non causati in via immediata e diretta dall'esercizio dello stes-

151 L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni vigila sull'attuazione delle disposizioni di cui al presente articolo e stabilisce le modalità attuative delle disposizioni di cui al comma 2. La violazione delle disposizioni di cui ai commi 1, 2 e 3 è sanzionata dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni applicando l'art. 98 del codice delle comunicazioni elettroniche, di cui al decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, come modificato dall'articolo 2, comma 136, del decreto legge 3 ottobre 2006, n. 262, convertito, con modificazioni, dalla legge 24 novembre 2006, n. 286.

so, si evitano ostacoli o barriere alla libertà di scelta del contraente debole e si realizzano le finalità pro-concorrenziali della legge.

In tal senso è stata interpretata la norma nelle "Linee guida della Direzione tutela dei consumatori esplicative per l'attività di vigilanza da effettuare ai sensi dell'art. 1, comma 4, della legge n. 40/2007, con particolare riferimento alle previsioni di cui all'art. 1, commi 1 e 3, della medesima legge".

L'Autorità, nell'ambito dei compiti di vigilanza attribuitele dalla legge, è stata impegnata in una complessa analisi dei costi di recesso applicati alla clientela e degli oneri effettivi sostenuti dai principali fornitori di servizi di telefonia fissa e mobile per la gestione tecnico-amministrativa della fase contrattuale afferente al recesso, con l'obiettivo di accertare che le spese addebitate agi utenti fossero realmente appropriate e legittime.

Le indicazioni fornite, a conclusione delle attività di verifica, sono state recepite dagli operatori con una riduzione significativa dei costi di recesso per i nuovi clienti, per la clientela da acquisire, come pure per gli utenti che avevano già esercitato il diritto di recesso, segnalandone l'onerosità all'Autorità.

I risultati ottenuti sono, nella gran parte dei casi, molto soddisfacenti.

Per i servizi di comunicazione da postazione mobile, i costi di recesso sono diminuiti anche del 95%. Ad esempio, nel caso dell'operatore H3G, a fronte di importi precedentemente compresi tra i 100 e i 300 euro, i costi di recesso si attestano oggi sui 10 euro per USIM card. Similmente, i costi di recesso richiesti dagli operatori Vodafone, Tim e Wind, che prima variavano tra i 100 e i 200 euro, risultano pressoché azzerati, fermo restando la restituzione degli sconti per promozioni legate a un periodo di vigenza contrattuale non rispettato dall'utente, così come sancito sia dal TAR del Lazio che dal Consiglio di Stato avverso quanto stabilito dall'Autorità con la delibera n. 484/08/CONS[152].

Con riguardo ai servizi di fonia fissa, i gestori sono stati invitati a predisporre un prospetto dei costi di recesso applicabili per specifico servizio, distinguendo tra recesso dovuto a passaggio dell'utenza ad altro operatore e recesso con cessazione definitiva dell'utenza. Attualmente questi prospetti, coerenti con i dettami della legge n. 40/2007 e sempre sottoposti ad attenta vigilanza da parte della Direzione, sono richiamati sulle pagine del sito *web* dell'Autorità. Anche per i servizi di telefonia fissa si è ottenuto un considerevole abbassamento dei costi che si attestano in media sui 44,00 euro, con una riduzione, rispetto alla "penale" precedentemente applicata, che raggiunge anche il 70 per cento in caso di trasferimento dell'utenza ad altro operatore.

152 La sentenza del Consiglio di Stato, decisione N. 01442/2010 REG.DEC del 26 gennaio 2010, ha ritenuto definitivamente legittimo il comportamento secondo cui l'operatore può mettere *"a disposizione dell'utente due diverse offerte tra le quali egli è libero di scegliere: una "a prezzo pieno", dalla quale può in ogni momento recedere salvo preavviso, senza essere sottoposto a rimborsi per spese diverse da quelle sostenute dall'operatore per la disattivazione dell'impianto, come previsto dall'art. 1, comma 3; un'altra "promozionale" a prezzo ridotto, per la quale le parti accettano una durata minima, che non preclude all'utente il recesso anticipato, ma che consente all'operatore, che ha fatto affidamento su un arco temporale di vigenza del rapporto contrattuale per coprire i costi sostenuti e realizzare il corrispettivo che gli è dovuto in ragione della controprestazione offerta, di recuperare, al momento del recesso anticipato, quanto il ripensamento legittimo dell'utente non gli ha consentito di ottenere*". Tale decisione subordina di fatto il diritto allo sconto, acquisito dal cliente mediante la sottoscrizione dell'offerta c.d. "promozionale", alla condizione che il cliente non receda dall'offerta sottoscritta prima del decorrere dei termini indicati dall'operatore.

Il mercato della telefonia fissa merita peraltro una specifica menzione. Mentre i risultati conseguiti rappresentano un considerevole ridimensionamento delle "barriere all'uscita", permangono alcune criticità in relazione alle "barriere all'ingresso": il contributo medio di attivazione per una nuova linea si aggira, infatti, al netto di eventuali promozioni, sui 66,00 euro. Come evidenziato nella Tabella 3.40, la forbice più alta tra costo di recesso e costo di attivazione è quella presente nell'offerta di Telecom Italia, la quale prvede un contributo di attivazione pari a 96,00 euro contro costi di recesso nulli nella maggior parte delle offerte proposte e comunque per tutte quelle mantenute in vigore per oltre un anno. Per quanto riguarda gli operatori alternativi, ad esempio, Wind prevede un costo per il passaggio verso altro operatore di 35,00 euro, mentre un utente che vuole attivare una nuova linea potrebbe trovarsi a pagare l'importo di 60,00 euro.

Tabella 3.40. *Costi per l'attivazione e per il passaggio ad altro operatore dei principali fornitori di servizi di telefonia fissa*

Operatore	Costo per l'attivazione (euro)	Costo per il passaggio ad altro operatore (euro)
Tiscali	60,00	43,20
Telecom Italia	96,00	48,00
Fastweb	70,00	55,20
Teletu	48,00	40,00
Infostrada	60,00	35,00
media	**66,80**	**44,28**

Fonte: Autorità

In definitiva, mentre l'azione di vigilanza dell'Autorità ha consentito di conseguire una cospicua diminuzione degli *switching cost* a carico dell'utente nel caso in cui voglia cambiare fornitore, questa riduzione ha avuto effetti sulla sola fase di recesso dal contratto stipulato con il *donating*, mentre ancora alti restano i costi di attivazione richiesti dal *recipient*. Al netto di eventuali promozioni, risulta oggi più economico lasciare un operatore che aderire all'offerta di un altro operatore.

Contestualmente alle istruttorie di cui sopra, la Direzione ha concluso l'analisi di oltre 2.000 segnalazioni degli utenti per mancato rispetto della legge n. 40/2007 in materia di costi di recesso, obbligando gli operatori di telefonia sia fissa che mobile a ricalcolare gli addebiti e le fatturazioni inviate agli utenti ed a predisporre i dovuti storni e/o rimborsi per un importo totale restituito ai consumatori pari a oltre un milione e centomila euro. L'attività di vigilanza e controllo ha riguardato, in particolare, tre dei quattro maggiori operatori mobili infrastrutturati – H3G s.p.a., Wind Telecomunicazioni s.p.a. e Vodafone N.V. – che sono stati oggetto del 93,7% delle segnalazioni ricevute (circa 1.787 segnalazioni negli ultimi 3 anni): l'importo medio restituito, in relazione ai tre operatori in parola, è stato di 621,21 euro per ciascun utente segnalante. Gli esiti delle istruttorie aperte per le segnalazioni ai quattro operatori mobili infrastrutturati sono riportati nella Tabella 3.41.

Tabella 3.41. *Segnalazioni relative ai costi di recesso per la fonia mobile*

Operatore mobile	n. segnalazioni ricevute	importo rimborso e/o storno (euro)	rimborso medio per utente (euro)
Wind	423	341.262,15	806,77
Tim	121	7.449,12	61,56
H3g	810	220.170,29	271,82
Vodafone	554	548.675,19	990,39
Totali	**1.908**	**1.117.556,75**	**585,72**

Fonte: Autorità

Le segnalazioni pervenute in relazione alla telefonia fissa sono state inferiori sia in termini quantitativi che qualitativi: sono state analizzate n. 197 segnalazioni a fronte delle quali gli operatori interessati hanno provveduto a storni e/o rimborsi per un totale di oltre 5.000,00 euro (cfr. Tabella 3.42)

L'attività di analisi e vigilanza sui costi applicati al recesso ha contribuito alla realizzazione, nel mercato della telefonia fissa e della telefonia mobile, degli effetti proconcorrenziali voluti dal legislatore, sia ostacolando possibili strategie degli operatori volte a trattenere il cliente con alti costi di transizione in uscita, sia riducendo le asimmetrie informative mediante un netto miglioramento della trasparenza dell'offerta. Questi gli effetti auspicati della vigilanza in materia, che per contro richiede notevoli sforzi per verifiche dinamiche e senza soluzione di continuità condotte caso per caso, operatore per operatore, offerta per offerta, in quanto, in ragione di mutamenti nell'organizzazione aziendale, nell'impiego delle risorse, nell'efficienza della struttura, ogni nuova proposta sul mercato può comportare una variazione dei costi in precedenza verificati, rendendo necessario l'avvio di una nuova attività istruttoria di verifica.

Tabella 3.42. *Segnalazioni relative ai costi di recesso per la fonia fissa*

Operatore mobile	n. segnalazioni ricevute	importo rimborso e/o storno (euro)	rimborso medio per utente (euro)
Tiscali	10	2.143,78	214,38
Telecom Italia	24	601,00	25,04
Fastweb	37	500,00	13,51
Wind	52	380,00	7,31
Teletu	74	1.610,40	21,76
Totali	**197**	**5.235,18**	**26,57**

Fonte: Autorità

3.4.3. Gli obblighi di servizio universale

Sono proseguite, nel periodo di riferimento, le attività dell'Autorità in materia di qualità dei servizi inclusi nel servizio universale.

Le azioni intraprese hanno riguardato soprattutto l'area *Assurance*, in particolare il settore della manutenzione correttiva, unico ambito per il quale, ripetutamente negli ultimi anni, non sono stati conseguiti gli obiettivi di qualità fissati dall'Autorità.

Infatti, in sede di verifica dei risultati sugli obiettivi di qualità del Servizio Universale per l'annualità 2009, si rilevava l'ennesimo sforamento degli obiettivi di qualità fissati per l'indicatore "*Tempo di riparazione dei malfunzionamenti*": un indicatore che riveste fondamentale importanza nella valutazione della qualità del servizio universale, essendo significativo della qualità delle azioni di manutenzione correttiva operate sulla rete d'accesso.

Conseguentemente, la Direzione tutela dei consumatori ha avviato un procedimento sanzionatorio nei confronti della società Telecom Italia s.p.a. per la violazione dell'articolo 61, comma 4, del decreto legislativo 1 agosto 2003 n. 259, per il mancato rispetto degli obiettivi di qualità fissati dalla delibera n. 49/09/CSP per l'anno 2009. Il procedimento sanzionatorio si è concluso con l'approvazione della delibera n. 28/11/CONS, che ha comminato all'operatore una sanzione pecuniaria pari al triplo del minimo edittale (174.000 euro).

Contestualmente, in ragione del perdurante inadempimento degli obiettivi qualitativi sulla *maintenance* correttiva per le tre annualità consecutive 2007-2008-2009 e, come verificato successivamente, anche per il 2010, è stato avviato un procedimento tendente ad individuare misure specifiche da applicare a Telecom Italia s.p.a., in conformità alle disposizioni di cui al Codice delle comunicazioni elettroniche (articolo 61, comma 6).

In esito alla relativa consultazione pubblica (approvata con delibera n. 482/11/CONS), sono state individuate sette specifiche misure, tutte di tipo informativo, di attività e indicatori di qualità della manutenzione correttiva posti autonomamente in essere dalla società, relativamente a:

a) trasparenza, a livello mensile, dei risultati di qualità conseguiti sugli indicatori dei tempi di riparazione dei malfunzionamenti;

b) investimenti in progetti di miglioramento della manutenzione correttiva;

c) fenomenologia dei guasti ripetuti;

d) risoluzione del problema nell'ambito della chiamata stessa di segnalazione (*One Call Solution*);

e) indice di *customer satisfaction*;

f) formazione e addestramento del personale di assistenza tecnica;

g) azioni di contrasto al fenomeno dei furti di cavi in rame.

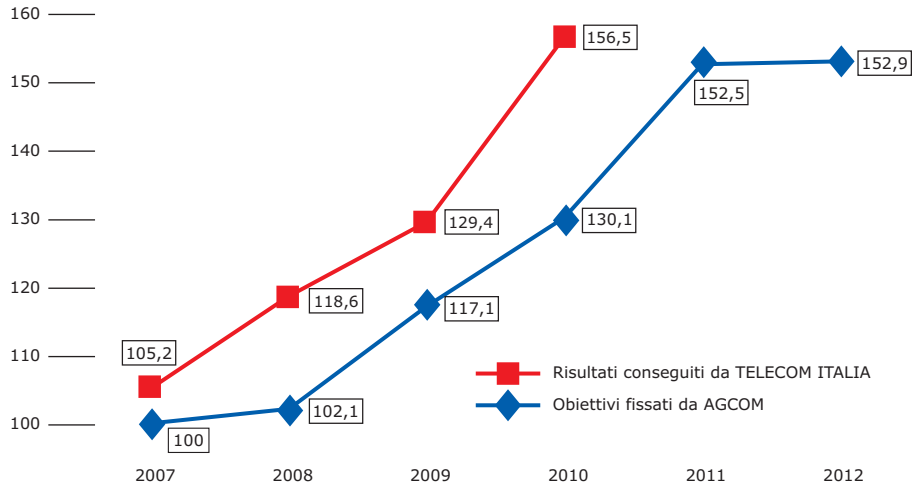
Il provvedimento finale è stato approvato con delibera n. 21/12/CONS che prevede la necessità di verificare, mediante l'ausilio di un soggetto indipendente, la metodologia e le risultanze dei processi di produzione delle informazioni che, in conformità agli obblighi di comunicazioni relativi agli obiettivi di qualità del servizio universale, vengono trasmesse da Telecom Italia all'Autorità.

Tale attività di certificazione per il triennio 2011-2013 è in via di affidamento a un soggetto specializzato nella valutazione dei sistemi di qualità (*Quality Advisor*), in esito a relativa manifestazione di interesse. Il soggetto dovrà certificare sia i risultati conseguiti da Telecom Italia in relazione agli indicatori di qualità del servizio universale, sia i risultati forniti dalla società in ottemperanza alle misure specifiche relative al processo di miglioramento della qualità della manutenzione correttiva.

Rispetto, invece, al profilo della qualità generale dei servizi e con riferimento ai criteri di valutazione della qualità globale introdotti con la delibera n. 328/10/CONS (Indice di Qualità Globale, di seguito IQG), la figura 3.20 mostra le curve di crescita della

qualità globale del servizio universale a partire dal 2007, anno di introduzione dei 15 indicatori che attualmente concorrono al sistema di valutazione di qualità del servizio universale.

Figura 3.20. *Andamento Indice di Qualità Globale*



Fonte: Autorità

I risultati definitivi conseguiti da Telecom Italia nel 2011 non sono, alla data, disponibili. Comunque i dati provvisori sembrano confermare il trend di miglioramento progressivo della qualità del servizio registrato negli anni precedenti.

Seguendo una scelta condivisa anche dalle associazioni dei consumatori che hanno preso parte attiva al relativo procedimento, l'Autorità, con la delibera n. 67/12/CONS, ha fissato gli obiettivi di qualità per il 2012 in linea con il livello qualitativo individuato per il 2011, seppur con un lieve aumento (+0,1% rispetto agli obiettivi 2011), per non creare discontinuità nel cammino di progressivo miglioramento della qualità.

La telefonia pubblica

È continuato nel corso degli ultimi dodici mesi il processo di progressiva dismissione degli impianti di telefonia pubblica sul territorio, avviato dall'Autorità con la delibera n. 31/10/CONS che ha introdotto, in linea con le mutate esigenze dell'utenza e in un'ottica di razionalizzazione dei costi, una revisione dei criteri di distribuzione delle postazioni telefoniche pubbliche e una serie di provvedimenti volti ad aumentare l'efficienza del servizio di telefonia pubblica sul territorio.

Alla data del 31 dicembre 2011 gli impianti di telefonia pubblica risultavano essere 97.736 a fronte di 107.302 a fine 2010 e 130.320 prima dell'adozione della delibera n. 31/10/CONS.

Con la delibera n. 683/11/CONS sono state apportate modifiche e integrazioni alla delibera n. 31/10/CONS per migliorare l'efficienza del processo di dismissione degli

impianti, tra cui l'adozione di una casella di posta elettronica certificata (cabinatelefonica@cert.agcom.it) per l'invio all'Autorità a mezzo PEC delle opposizioni alla rimozione dell'impianto da parte di enti o semplici cittadini.

La Direzione ha inoltre aderito al progetto *open source* "Decoro Urbano" quale innovativo strumento per contribuire attivamente alla risoluzione dei problemi di decoro delle nostre città, segnalando le cabine telefoniche danneggiate o abbandonate e chiedendone il ripristino o la rimozione definitiva. In tal modo, attraverso il sito www.decorourbano.org e le relative APP per iPhone ed Android, tutti potranno contribuire al monitoraggio dello stato delle postazioni telefoniche pubbliche di Telecom Italia sul territorio nazionale e attivare direttamente l'Autorità per il mantenimento in efficienza del servizio di telefonia pubblica.

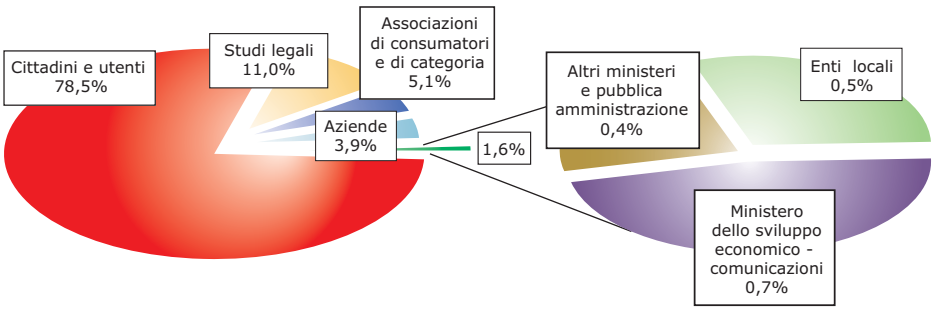
3.4.4. Le attività di vigilanza e sanzione a tutela dell'utenza

L'attività di vigilanza

La vigilanza a tutela dei consumatori e degli utenti nell'ambito delle comunicazioni elettroniche e della televisione a pagamento è consistita, come di consueto, nella raccolta e nella classificazione delle segnalazioni e delle denunce dell'utenza e nel loro trattamento da parte dell'Ufficio gestione delle segnalazioni e vigilanza dalla Direzione tutela dei consumatori. Nel periodo di riferimento l'Ufficio ha ricevuto 17.338 segnalazioni e denunce provenienti da cittadini, associazioni dei consumatori, studi legali, enti privati di varia natura ed organismi pubblici. Di queste, 3.224 sono state le denunce presentate con il modello D telematico.

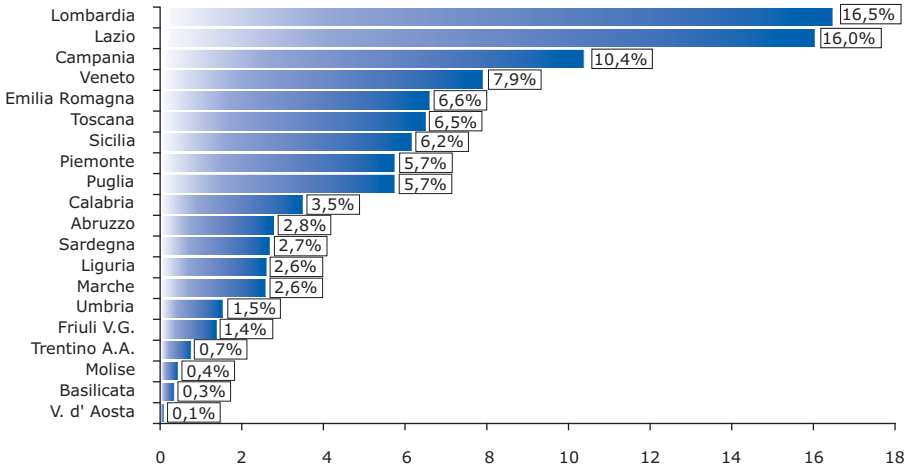
Le denunce e le segnalazioni sono pervenute in prevalenza da utenti-consumatori (78,5%); una percentuale comunque significativa, tra gli altri soggetti, riguarda gli studi legali e le Associazioni dei consumatori che segnalano sia comportamenti generalizzati, ritenuti lesivi dei diritti dei consumatori, sia casi riguardanti i singoli.

Figura 3.21. *Segnalazioni e denunce per tipologia di mittente*



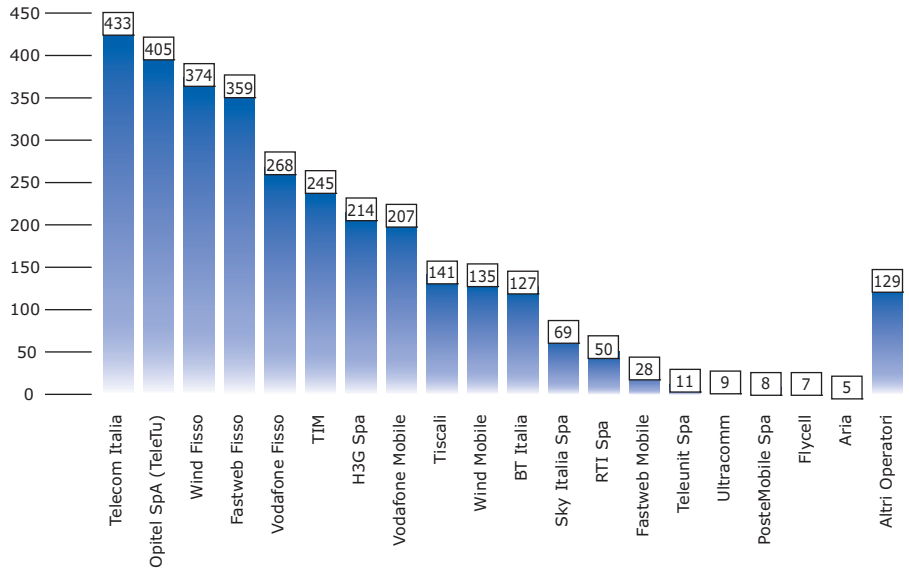
Fonte: Autorità

Figura 3.22. *Segnalazioni e denunce per regione di provenienza*



Fonte: Autorità

Figura 3.23. *Segnalazioni e denunce per operatore*



Fonte: Autorità

Nel periodo di riferimento, la Direzione tutela dei consumatori ha proseguito nell'azione di dematerializzazione delle denunce e degli atti preistruttori avviata nel novembre 2010 con la delibera n. 496/10/CONS che ha introdotto l'obbligo di trasmissione telematica del modello D di denuncia.

Il modello D telematico costituisce ormai mezzo consolidato per la presentazione delle denunce. La Direzione ha, inoltre, adottato la Posta Elettronica Certificata (PEC) per tutti gli approfondimenti preistruttori condotti nei confronti degli operatori vigilati. È stato cosi possibile ridurre i tempi di lavorazione delle denunce, aumentando l'efficienza e l'efficacia dell'attività di vigilanza. Inoltre, l'adozione di un sistema informativo sviluppato *ad hoc* per le attività di vigilanza ha reso possibile l'importante risultato di garantire la tracciabilità delle denunce e dei relativi seguiti.

Con il modello D per la presentazione telematica delle denunce sono stati conseguiti anche altri risultati di rilievo nell'organizzazione del lavoro.

La compilazione interattiva e i controlli implementati direttamente nel modello pongono gli utenti nella condizione di indicare i necessari elementi informativi e di circostanziare in modo più preciso le denunce, minimizzando gli errori o le omissioni e riducendo cosi il numero delle denunce archiviate. Inoltre, la maggiore rapidità nella ricezione delle denunce e l'utilizzo della posta elettronica per le comunicazioni consente di fornire agli utenti riscontri più celeri.

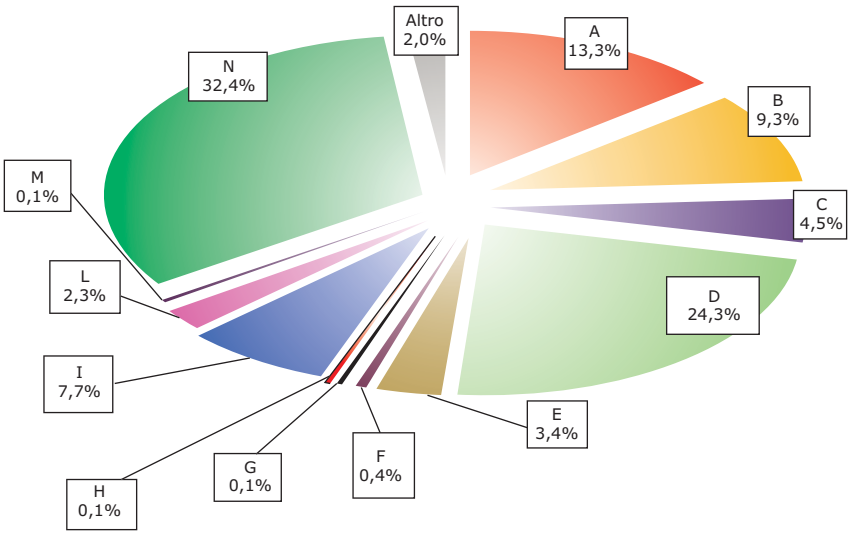
Le denunce pervenute su modello D (in totale 3.224) sono state classificate, in base al contenuto, secondo il sistema di codifica in uso e successivamente trattate ai fini delle attività di vigilanza.

L'analisi delle denunce per tipologia di problematiche evidenzia, rispetto al periodo precedente, un marcato aumento delle denunce relative alle procedure di migrazione delle utenze fisse e all'attivazione di servizi non richiesti, con particolare riferimento alla fornitura di contenuti in abbonamento su terminali mobili. Dalle statistiche si rileva anche un cospicuo aumento delle denunce riguardanti disattivazioni non richieste di servizi; inosservanza degli obblighi di trasparenza e corretta informazione agli utenti; disservizi nella portabilità del numero mobile; non conformità alle disposizioni della legge n. 40/2007 in materia di costi di recesso. Risultano infine aumentati, in relazione ai servizi di *pay-tv*, i casi di mancata disattivazione a fronte della volontà dell'utente di recedere dal contratto di abbonamento precedentemente sottoscritto.

In calo invece le denunce riguardanti la fatturazione anomala in ragione di superamento del *bundle* di servizio (cd. *bill shock*). Su tale effetto hanno inciso gli interventi regolamentari della Commissione europea (Regolamento n. 544/2009 in materia di *roaming* internazionale) e dell'Autorità stessa (delibera n. 326/10/CONS).

Sulla base delle denunce e segnalazioni pervenute, l'Autorità ha svolto l'attività di vigilanza attraverso richieste di giustificazione delle proprie condotte ai gestori ed indagini ispettive (verifiche "*desk*" e ispezioni presso le sedi delle società). A conclusione dell'attività preistruttoria e delle ispezioni, sono state disposte 205 proposte di avvio di procedimenti sanzionatori.

Figura 3.24. *Segnalazioni e denunce per principali casistiche**



** Cfr. Tabella 3.43 per i codici di classificazione delle segnalazioni.*
Fonte: Autorità

Tabella 3.43. *Codici di classificazione delle segnalazioni*

A	attivazione/disattivazione di servizi di comunicazione elettronica non richiesti
B	sospensione di servizi e linee in difformità dalle disposizioni vigenti
C	mancato riscontro a reclami con le modalità previste
D	mancato passaggio ad altro operatore
E	mancato rispetto delle direttive generali in materia di qualità e carte dei servizi di telecomunicazioni
F	modifica dei piani tariffari e delle condizioni contrattuali generalizzate senza pre-avviso di legge
G	applicazione ai consumatori-utenti di prezzi superiori ai prezzi massimi imposti dall'Autorità
H	altre tipologie emergenti
I	inosservanza delle Legge n. 40/2007
L	disconoscimento traffico verso numerazioni a valore aggiunto e internazionali
M	servizio universale/traslochi
N	problematiche contrattuali
ALTRO	denunce non di competenza

Fonte: Autorità

Con l'adozione del "*Regolamento in materia di trasparenza ed efficacia del servizio di televoto*" (delibera n. 38/11/CONS) si è dato avvio anche alla vigilanza in materia di televoto. Tale attività si traduce, oltre che nella gestione delle segnalazioni e delle denunce che pervengono secondo i canali sopra evidenziati, nella verifica di conformità degli specifici regolamenti di televoto che le emittenti sono tenute a inviare all'Autorità prima di ogni programma con abbinati servizi di televoto.

Nel corso del 2011, la Direzione ha compiuto verifiche sulle modalità di svolgimento delle operazioni di televoto recandosi presso gli studi televisivi di alcune tra le principali emittenti nazionali.

La Direzione ha partecipato altresì, congiuntamente alla Direzione Studi, Ricerca e Formazione, ai lavori relativi all'indagine conoscitiva concernente "Garanzie dei consumatori e tutela della concorrenza con riferimento ai servizi voip e *peer-to-peer* su rete mobile" e alla successiva consultazione pubblica in tema di neutralità della rete, concluse con la pubblicazione delle delibere n. 713/11/CONS e n. 714/11/CONS.

Nell'ambito del dibattito sulla neutralità della rete, la Direzione ha attivamente partecipato ai lavori del BEREC e dell'IRG, contribuendo fattivamente all'indagine sulle tecniche di *traffic management* adottate dagli operatori di rete e alla stesura delle linee guida in materia di trasparenza e di qualità del servizio nell'ambito della *net neutrality*.

È proseguita, infine, la collaborazione con la Commissione europea per alcune rilevanti iniziative in materia di tutela dei consumatori. Tra queste si segnalano quelle inerenti all'attuazione del Regolamento CE n. 2006/2004 in materia di cooperazione transfrontaliera per la tutela dei consumatori. Quale autorità competente per l'attuazione, limitatamente ai profili di propria specifica competenza, delle direttive in tema di contratti a distanza, privacy nel settore delle comunicazioni elettroniche e pratiche commerciali scorrette nell'ambito delle comunicazioni elettroniche, la Direzione ha ricevuto le credenziali per l'accesso al sistema informatico di condivisione delle informazioni a livello intracomunitario e ha partecipato ad alcune iniziative della rete comunitaria di autorità amministrative incaricate di vigilare sull'applicazione della legislazione in materia di tutela dei consumatori negli Stati membri. Il Consiglio di Stato in adunanza plenaria, con le sentenze n. 11, 12, 13, 15 e 16 del 2012, ha infatti definitivamente stabilito la prevalenza delle norme speciali di settore su quelle generali del codice del consumo e, quindi, la prevalenza, in base al principio di specialità, della competenza AGCOM su quella dell'AGCM in materia di tutela dei consumatori nel settore delle comunicazioni elettroniche.

L'attività sanzionatoria per violazione delle norme a tutela dei consumatori/utenti

Con riguardo all'attività sanzionatoria svolta nel periodo di riferimento, risultano avviati n. 69 nuovi procedimenti sanzionatori, per un totale di 93 casi di violazione di norme a tutela dei consumatori/utenti accertati.

Nel medesimo arco temporale sono stati portati a conclusione, con provvedimento del Consiglio, 90 procedimenti, dei quali 33 avviati antecedentemente al 1° aprile 2011. Di tali procedimenti 41 si sono conclusi con l'adozione di provvedimenti di ordinanza-ingiunzione, 4 con archiviazione per pagamento in misura ridotta della sanzione e 13 con archiviazione nel merito. Il totale degli importi irrogati a titolo di sanzione o corrisposti a titolo di pagamento in misura ridotta è stato pari ad euro 2.655.430,00.

Il dato economico, in leggero calo rispetto agli importi del precedente periodo di riferimento, risente del fatto che diversi procedimenti si siano conclusi con l'approvazione delle proposte di impegni presentate, ai sensi della legge n. 248/06, dagli operatori interessati.

Numerose le fattispecie accertate, così come il numero di operatori coinvolti (17), nell'attività sanzionatoria (cfr. Tabella 3.44).

Tabella 3.44. *Procedimenti sanzionatori avviati o conclusi e relativi provvedimenti adottati (1° aprile 2011 - 30 aprile 2012)*

PRESIDIO SANZ.	FATTISPECIE CONCRETA	n.° proc.	in corso	Archiviazione	Oblazione	Ingiunzione
art. 1, c. 31, l. 249/97	mancata pubblicazione degli indicatori delle offerte	2			1	1
art. 1, c. 31, l. 249/97	mancata ottemperanza a provvedimento temporaneo	9	1	3	1	4
art. 1, c. 31, l. 249/97	mancata risposta a reclamo	2			1	1
art. 1, c. 31, l. 249/97	mancato invio carta dei servizi	1				1
art. 1, c. 31, l. 249/97	mancato invio resoconti annuali e semestrali indicatori di qualità	2			1	1
art. 98, c. 9, d.lgs 259/03	mancata risposta a richiesta di informazioni	7		1		6
art. 98, c. 11, d.lgs 259/03	inottemperanza diffida	1				1
art. 98, c. 11, d.lgs 259/03	mancata ottemperanza ad ordini	2		1		1
art. 98, c. 11, d.lgs 259/03	mancato rispetto tempi di fornitura codice di migrazione	3	2			1
art. 98, c. 11, d.lgs 259/03	servizi a sovrapprezzo senza indicazione del prezzo applicato	4		3		1
art. 98, c. 11, d.lgs 259/03	mancata gratuità del servizio di call center 133	1				1
art. 98, c. 11, d.lgs 259/03	uso difforme di numerazioni	1				1
art. 98, c. 16, d.lgs 259/03	attivazione servizi non richiesti	6	3	1		2
art. 98, c. 16, d.lgs 259/03	mancata gestione istanza di recesso	4	1	1		2
art. 98, c. 16, d.lgs 259/03	mancata pubblicazione sito internet offerte commerciali e invio *link* ad agcom	1				1
art. 98, c. 16, d.lgs 259/03	mancata migrazione	8	1			7

art. 98, c. 16, d.lgs 259/03	mancata comunicazione carta dei servizi, piani tariffari e indicatori di qualità	2		1		1
art. 98, c. 16, d.lgs 259/03	mancata comunicazione piani tariffari al motore di ricerca supermoney.eu	2	2			
art. 98, c. 16, d.lgs 259/03	periodicità della fatturazione	1		1		
art. 98, c. 16, d.lgs 259/03	sospensione del servizio in presenza di reclamo	2				2
art. 98, c. 16, d.lgs 259/03	mancato rispetto della procedura di rimozione della ptp	1				1
art. 98, c. 16, d.lgs 259/03	mancato rispetto degli obiettivi di qualità	1				1
art. 98, c. 16, d.lgs 259/03	mancato rispetto degli obblighi di informazione in materia di trasparenza tariffaria	1				1
art. 98, c. 16, d.lgs 259/03	mancata comunicazione agli utenti delle condizioni per diritto di recesso	1				1
art. 98, c. 16, d.lgs 259/03	*bill shock* da connessione dati	3	1	1		1
art. 2, comma 20, lett. c), l. 481/95	mancata concessione agevolazioni economiche	1				1
	TOTALI	69	11	13	4	41

Fonte: Autorità

L'attività sanzionatoria avviata nel periodo di riferimento ha riguardato principalmente l'attivazione di servizi non richiesti e la qualità dei servizi forniti, in particolare sotto il profilo della trasparenza dei piani tariffari.

Tra i servizi non richiesti, oggetto di contestazione, figurano in prevalenza servizi ADSL, servizi a sovrapprezzo, prodotti *premium*, opzioni tariffarie. Le fattispecie violative inerenti all'attivazione senza esplicito consenso del cliente sono state sanzionate sulla base della specifica regolamentazione di settore – delibere n. 4/06/CONS, n. 274/07/CONS e n. 664/06/CONS – in combinato disposto con l'articolo 70 del decreto legislativo n. 259/2003, con conseguente applicazione della sanzione *ex* articolo 98, comma 16, del Codice delle comunicazioni elettroniche (da euro 58.000,00 ad euro 580.000,00).

Una particolare tipologia di accertamenti ha riguardato sotto altro profilo la mancata disattivazione, a seguito di richiesta dell'utente, di servizi *premium* da parte degli operatori, in spregio alla disposizione di cui all'articolo 5 della delibera n. 418/07/CONS.

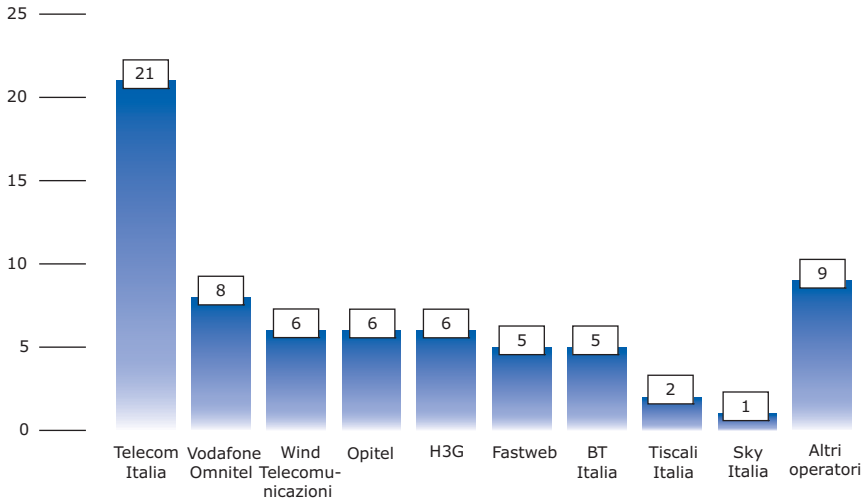
Una cospicua parte dell'attività sanzionatoria ha riguardato la violazione degli obblighi vigenti in materia di qualità e carte dei servizi, con riferimento alla trasparenza delle condizioni economiche di offerta dei servizi per la mancata informativa e l'omessa pubblicazione sulle pagine *web* dei piani tariffari, delle relative condizioni contrattuali e dell'elenco delle offerte vigenti, ovvero per la omessa comunicazione al motore di calcolo Supermoney delle relative informazioni.

Sette sono stati i procedimenti avviati per mancata comunicazione delle informazioni richieste dall'Autorità nell'esercizio della propria attività di vigilanza, in alcuni casi relativamente ai costi applicati dagli operatori in caso di cessazione del rapporto contrattuale del cliente in applicazione della legge n. 40/2007.

Ulteriori infrazioni riscontrate attengono all'inottemperanza ai provvedimenti di riattivazione del servizio emessi, ai sensi dell'articolo 5 del Regolamento di cui alla delibera n. 173/07/CONS, dall'Autorità o dai Comitati regionali.

Oltre agli operatori principali, è bene rimarcare, sono stati coinvolti dall'azione sanzionatoria anche operatori minori, in specie per violazioni in materia di trasparenza tariffaria (cfr. Figura 3.25)

Figura 3.25. *Procedimenti sanzionatori avviati per operatore*



Fonte: Autorità

3.4.5. Le controversie tra utenti ed operatori

Il regolamento sulle procedure di risoluzione delle controversie adottato con delibera n. 173/07/CONS del 19 aprile 2007, già integrato e modificato dalle disposizioni regolamentari di cui alle delibere n. 95/08/CONS, n. 502/08/CONS e n. 479/09/CONS, è stato oggetto di ulteriore rivisitazione con la delibera 597/11/CONS approvata il 17 novembre 2011. Tale provvedimento ha introdotto una serie di modifiche al regolamento in questione al fine di rispondere alle esigenze evidenziate dalla pratica applicazione della procedura, in particolare da parte dei Co.re.com., di semplificare e snellire l'iter procedurale nel rispetto dei principi di economicità, efficacia e proporzionalità dell'azione amministrativa, nonché di adeguare il regolamento al mutato quadro normativo in materia di mediazione civile e commerciale (decreto legislativo n. 28/2010).

Per quanto concerne l'attività di risoluzione delle controversie, i risultati conseguiti sono stati molto positivi, sia in termini quantitativi che qualitativi.

In merito alle istanze di deferimento delle controversie, pervenute alla Direzione tutela dei consumatori nel periodo di riferimento, si evidenzia come il numero complessivo delle stesse sia maggiore rispetto allo stesso periodo del precedente anno. Il dato va letto anche in considerazione del fatto che la funzione decisoria è stata delegata ad altri quattro comitati nel corso del 2011, il che rende ancor più significativo l'aumento del numero di controversie sottoposte alla decisione di questa Autorità.

Nel periodo considerato, a fronte dei 1.450 procedimenti avviati, 42 procedimenti si sono conclusi con l'adozione del provvedimento decisorio collegiale, 75 procedimenti sono stati definiti con l'adozione del provvedimento decisorio monocratico (determina direttoriale), mentre 758 procedimenti si sono risolti con il raggiungimento di un accordo transattivo intervenuto in sede di udienza ovvero nella fase antecedente/successiva alla medesima, con conseguente rinuncia dell'istante al prosieguo dell'iter procedimentale (cfr. Tabella 3.45).

Tabella 3.45. *Attività di risoluzione extragiudiziale delle controversie*

Pervenute	**Concluse con provvedimento**		**Concluse con accordo***	**Improcedibili**	**In corso**
	determine direttoriali	definizioni nel merito			
1450	75	42	771	89	473

** in udienza di discussione, con accordo prima dell'udienza o a seguito di rinuncia al procedimento*
Fonte: Autorità

Il dato più incoraggiante, tuttavia, è quello della durata media dei procedimenti, che nel corso del periodo di riferimento si è notevolmente ridotto attestandosi sui 172 giorni di media, dunque al di sotto del termine regolamentare di 180 giorni. Nel caso di procedimenti chiusi con determina direttoriale i tempi medi sono ancor più bassi, pari a 116 giorni.

Anche sotto il profilo del valore medio delle controversie è possibile ricavare indicazioni significative: nel caso di accordo transattivo tra le parti il valore medio degli accordi è stato pari ad euro 475 se raggiunto fuori dall'udienza di discussione, mentre lo stesso valore si innalza a 938,00 euro per gli accordi siglati in corso di udienza presso l'Autorità. Infine, per le ipotesi di definizione tramite provvedimento decisorio, il valore medio è stato pari ad euro 2.694,00, che moltiplicato per i 117 provvedimenti adottati porta al risultato di circa 315.000 euro restituiti agli utenti grazie all'intervento dell'Autorità, ai quali vanno aggiunti, per una stima più completa, gli importi liquidati dai Co.re.com. in sede definitoria, nonché quelli riconosciuti dagli operatori a titolo conciliativo.

Nell'ambito della medesima procedura di risoluzione delle controversie, le richieste di provvedimento temporaneo in materia di sospensione del servizio, pervenute ai sensi dell'articolo 5 del regolamento menzionato, sono state 194. A fronte delle istanze procedibili, in quanto aventi ad oggetto utenze situate nelle Regioni i cui Co.re.com. non hanno ancora richiesto le deleghe di funzioni, si è riscontrato nella quasi totalità dei casi l'adeguamento spontaneo dell'operatore a seguito della richiesta di memorie e controdeduzioni dell'Autorità; solo per n. 32 istanze l'Ufficio ha dovuto procedere all'adozione del provvedimento temporaneo.

In aggiunta all'espletamento delle funzioni proprie di definizione delle controversie insorte tra utenti ed operatori, l'Ufficio controversie e sanzioni è stato impegnato in attività di affiancamento ai Co.re.com. nell'esercizio delle funzioni delegate in materia di risoluzione delle controversie, concretizzatesi sia in incontri di formazione, sia in incontri di discussione finalizzati alla elaborazione di proposte regolamentari. In taluni casi, la collaborazione si è spinta fino all'affiancamento diretto nello svolgimento in sede regionale delle funzioni delegate.

Tra le attività di natura regolamentare va menzionato il regolamento in materia di indennizzi applicabili nei rapporti tra utenti ed operatori di comunicazioni elettroniche approvato con delibera n. 73/11/CONS nel marzo 2011. Tale regolamento, oltre a prevedere la misura minima degli indennizzi applicabili alle numerose fattispecie di disservizio individuate dal provvedimento, ha introdotto per alcune fattispecie un meccanismo automatico di corresponsione degli indennizzi da parte degli operatori, entrato in vigore il 1° aprile del 2012.

Grazie al nuovo regolamento l'attività di definizione delle controversie – ma anche quella di conciliazione, per la quale i nuovi valori hanno finito per rappresentare comunque un parametro di riferimento – risulta molto più agevole, proprio in virtù della standardizzazione delle misure indennizzatorie. I primi benefici effetti sono dimostrati dall'immediata sensibile riduzione dei tempi medi di decisione delle controversie, ormai stabilmente al di sotto del termine di 180 giorni stabilito dal regolamento di procedura.

3.5. Le funzioni ispettive e di registro

3.5.1. Il Registro degli operatori di comunicazione

Ai fini della tenuta del Registro degli operatori di comunicazione ("Registro"), sono state poste in essere, nel corso del periodo di riferimento, numerose attività, tra le quali figurano gli interventi di modifica ed integrazione della normativa regolamentare – di cui alla delibera n. 666/08/CONS del 26 novembre 2008 – derivanti dall'entrata in vigore del D.P.R. 25 novembre 2010, n. 223, in materia di semplificazione e riordino dell'erogazione dei contributi all'editoria.

Una prima modifica regolamentare è stata disposta con la delibera n. 283/11/CONS del 18 maggio 2011, che ha novellato talune disposizioni dell'allegato A alla delibera n. 666/08/CONS ("Regolamento del Registro") e dell'allegato B alla medesima. In tale sede sono state disciplinate, in conformità agli adempimenti di cui all'art. 5 del citato D.P.R. n. 223/2010, le "*Dichiarazioni supplementari dovute dalle imprese richiedenti i contributi per l'editoria*" alla Presidenza del Consiglio dei ministri – Dipartimento per l'informazione e l'editoria (DIE). La delibera n. 283/11/CONS è stata successivamente modificata e integrata dalla delibera n. 421/11/CONS del 22 luglio 2011, con la quale, in particolare, si è provveduto, da un lato, a differire il termine relativo agli adempimenti previsti in capo alle imprese iscritte richiedenti i contributi per l'editoria, dal 31 luglio 2011 al 30 settembre 2011, e, dall'altro, a stabilire che tale normativa regolamentare trovi applicazione – in linea con le norme di rango primario – anche con riferimento alle imprese radiofoniche organi di partiti politici. A tal fine, è stata, altresì, predisposta la relativa modulistica, con la quale le suddette imprese hanno provveduto a trasmettere, a mezzo posta elettronica certificata, le dichiarazioni supplementari integrative dei dati inviati con la comunicazione annuale telematica.

Inoltre, con la delibera n. 44/12/CONS del 25 gennaio 2012, è stato integrato il modello relativo alla certificazione dell'iscrizione al Registro – in modo da adeguare lo stesso a quanto previsto dall'art. 40, comma 2, del D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445, come modificato dall'art. 15 della legge 12 novembre 2011, n. 183, recante "*Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (Legge di stabilità 2012)*" – al contempo fissando, al 30 aprile 2012, il termine per la trasmissione della comunicazione annuale 2012, relativa all'anno 2011, da parte delle imprese iscritte richiedenti i contributi all'editoria.

Controlli in materia di editoria sulle imprese richiedenti i contributi

A seguito dell'entrata in vigore del D.P.R. n. 223/2010, l'Autorità ha stipulato, in data 20 settembre 2011, un Protocollo d'intesa con la Presidenza del Consiglio dei ministri ove è previsto che, in ordine alle dichiarazioni rese al Registro dalle imprese richiedenti i contributi all'editoria, l'Autorità possa avviare attività di verifica, anche di natura ispettiva, avvalendosi del Nucleo speciale per la radiodiffusione e l'editoria della Guardia di finanza, a tal fine individuando le fattispecie suscettibili di tali accertamenti attraverso la definizione di un campione da concordare con il DIE nel corso di apposite riunioni periodiche.

Sulla base delle competenze espressamente riconosciute all'Autorità dal già richiamato D.P.R. n. 223/2010, l'Ufficio del Registro ha svolto, nel periodo di riferimento, le verifiche sulle imprese editrici e radiofoniche di organi di partiti politici richiedenti i contributi ai sensi della legge 7 agosto 1990, n. 250, sulle imprese editrici richiedenti i contributi in conto interessi e in conto canone ai sensi della legge 5 agosto 1981, n. 416, e della legge 7 marzo 2001, n. 62, sulle imprese editrici richiedenti i contributi per la stampa italiana all'estero di cui al D.P.R. 15 febbraio 1983, n. 48, nonché sulle agenzie di stampa con le quali la Presidenza del Consiglio dei ministri annualmente stipula convenzioni per l'acquisto dei notiziari e dei servizi informativi per le Amministrazioni ed Enti dello Stato.

In particolare, le verifiche effettuate hanno complessivamente riguardato 353 imprese iscritte al Registro tra le quali:

– 273 imprese editrici hanno richiesto i contributi ai sensi dell'art. 3 della legge n. 250/1990;

– 7 imprese radiofoniche risultano nell'elenco dei richiedenti i contributi come organi di partiti politici;

– 40 imprese figurano come richiedenti i contributi in conto interessi ed in conto canone previsti dalle leggi n. 416/1981 e n. 62/2001;

– 19 imprese editrici hanno richiesto i contributi per la stampa italiana all'estero;

– 14 agenzie di stampa risultano nell'elenco trasmesso dal DIE in vista del rinnovo delle convenzioni per l'acquisto dei notiziari e dei servizi informativi.

Con riferimento alle imprese editrici richiedenti i contributi ai sensi dell'art. 3 della legge n. 250/1990, l'Ufficio del Registro ha svolto verifiche concernenti la regolarità dell'iscrizione al Registro, l'attestazione di conformità degli assetti societari alla normativa vigente, nonché l'attestazione dell'assenza di situazioni di controllo e/o collegamento di cui all'art. 2359 c.c. rilevanti ai fini dell'erogazione dei contributi che hanno interessato ben 127 imprese editrici, mentre per le restanti 146 (richiedenti i contributi *ex* art. 3, comma 3, della legge n. 250/1990), i controlli hanno riguardato l'ottemperanza agli adempimenti previsti dal Regolamento del Registro.

Inoltre, per le verifiche riguardanti le imprese radiofoniche organi di partiti politici, è stata comunicata al DIE la conformità degli assetti proprietari e l'eventuale sussistenza o meno di situazioni di controllo ostative all'erogazione dei contributi; per le agenzie di stampa è stato necessario operare approfondimenti circa la presenza, negli assetti proprietari, di società di diritto comunitario o estero la cui partecipazione di controllo è risultata, da ultimo, detenuta da persona fisica, finanche interessando la stessa Presidenza del Consiglio dei ministri – Dipartimento per le politiche europee. In ordine, infine, alle imprese richiedenti i contributi in conto interessi e in conto canone e quelli per la stampa italiana all'estero, le verifiche hanno avuto ad oggetto la posizione presso il Registro e la regolarità dei relativi adempimenti.

Nel periodo di riferimento, sono stati avviati 25 procedimenti sanzionatori per le seguenti violazioni:

– omessa comunicazione delle situazioni di controllo di cui all'art. 2359 c.c. e all'art. 1, comma 8, della legge n. 416/1981: sono stati avviati 3 procedimenti, 1 dei quali risulta tuttora in corso, mentre i restanti 2 procedimenti sono stati definiti con provvedimenti di ordinanza-ingiunzione, adottati con le delibere n. 307/11/CONS del 30 maggio 2011 e n. 390/11/CONS del 6 luglio 2011, per le violazioni delle norme della legge n. 416/1981, volte ad assicurare la trasparenza della proprietà e delle connesse disposizioni regolamentari in materia di obblighi di comunicazione al Registro, rispet-

tivamente concernenti le società Edizioni del Roma scarl ed Edizioni Riformiste società in liquidazione (rilevando, per quest'ultima, anche la violazione dell'obbligo di comunicazione della pubblicazione di una nuova testata denominata "Cronache del Mezzogiorno"), nonché l'impresa editrice Linea società cooperativa a r.l.;

– omessa trasmissione della comunicazione annuale: 5 procedimenti, 4 dei quali sono stati archiviati per intervenuta oblazione, mentre 1 risulta tuttora in corso di definizione;

– trasmissione tardiva della comunicazione annuale: 13 procedimenti, 5 dei quali sono stati definiti con l'adozione dei relativi provvedimenti di ordinanza-ingiunzione, mentre i restanti 8 procedimenti sono stati archiviati per intervenuta oblazione;

– omessa comunicazione della pubblicazione di una nuova testata: 1 procedimento, avviato nei confronti della società Edizioni del Roma scarl (relativamente alla testata denominata "Il Golfo") e definito con l'adozione della delibera di archiviazione per intervenuta oblazione;

– omesso aggiornamento dei dati oggetto di comunicazione al Registro: 3 procedimenti definiti con l'archiviazione per intervenuta oblazione.

Alle verifiche, effettuate sulle dichiarazioni rese al Registro e sulle banche dati a disposizione dell'Ufficio, hanno fatto seguito – in taluni casi – gli accertamenti ispettivi svolti dal Nucleo dpeciale per la radiodiffusione e l'editoria della Guardia di finanza presso quelle imprese editrici rientranti nel campione definito ai sensi del citato Protocollo d'intesa. Tali accertamenti, che riguardano 15 imprese editrici, sono stati conclusi relativamente a 2 società, mentre, per gli altri soggetti interessati, restano tuttora in corso. Ulteriori 4 casi sono stati, infine, segnalati al DIE affinché lo stesso possa avviare, tramite il Nucleo speciale spesa pubblica e repressione frodi comunitarie, le opportune verifiche per i profili di propria competenza.

Gestione ordinaria

Per quanto riguarda la gestione ordinaria, come noto l'attività di tenuta del Registro è stata delegata a diversi Comitati regionali per le comunicazioni ("Co.re.com.")[153] e ai Comitati provinciali per le comunicazioni delle Province di Trento e di Bolzano, in forza dell'accordo quadro sottoscritto dall'Autorità e approvato con la delibera n. 444/08/CONS del 28 luglio 2008.

A due anni dal conferimento delle deleghe, l'Ufficio ha svolto, nel periodo di riferimento, attività di formazione, affiancamento e controllo in ordine agli adempimenti connessi alla tenuta del Registro. Ad esito delle verifiche condotte, l'attività di tenuta del Registro svolta dai Co.re.com. delegati è risultata complessivamente rispondente alle previsioni regolamentari e in sintonia con gli indirizzi indicati dall'Autorità. Il decentramento delle suddette attività verso gli enti territoriali ha facilitato il dialogo con gli operatori di comunicazione presenti sul territorio, consentendo, spesso, una più rapida definizione dei procedimenti e una più efficiente individuazione dei soggetti obbligati all'iscrizione operanti sul territorio nell'ambito di un unico sistema di Registro centralizzato.

Al fine di garantire un costante aggiornamento del personale preposto alla tenuta del Registro presso i Co.re.com. delegati, sono state organizzate, in collaborazione

153 Puglia, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, Lombardia, Lazio, Umbria, Toscana, Calabria, Abruzzo, e, da ultimo, Molise e Basilicata.

con l'Ufficio di Gabinetto, attività di formazione alle quali hanno fatto seguito giornate di studio e di approfondimento per il Co.pro.com. di Bolzano e per i Co.re.com. del Molise e della Basilicata che hanno ricevuto le deleghe nel corso dell'anno 2011. Sono stati, altresì, tenuti incontri, presso la sede dell'Ufficio del Registro, per approfondire questioni legate alla tenuta del Registro, nonché per illustrare le modifiche apportate al Regolamento dalle delibere nn. 283/11/CONS e 421/11/CONS che hanno rafforzato gli obblighi di comunicazione in capo agli editori richiedenti i contributi all'editoria ai sensi della legge n. 250/1990.

L'Ufficio del Registro ha anche prestato giornaliera assistenza ai colleghi preposti alla tenuta del Registro presso i Co.re.com. delegati e ha effettuato, attraverso il sistema informativo automatizzato del Registro, verifiche periodiche sull'andamento dell'attività istruttoria dei procedimenti di competenza degli stessi.

Per garantire un servizio di assistenza più efficiente agli operatori, l'Ufficio ha tenuto giornate di formazione per il personale del *contact center*, durante le quali sono state illustrate le delibere del Registro, la relativa modulistica e l'attività di *front office*, predisponendo, a tal fine, manuali esplicativi dei profili teorici e di quelli tecnici (con l'illustrazione delle procedure telematiche) dell'attività di tenuta del ROC.

La tabella 3.46 contiene i numeri dei principali procedimenti trasmessi o caricati tramite il sistema telematico nel periodo aprile 2011 – marzo 2012, confrontandoli con lo stesso periodo dell'anno precedente.

Tabella 3.46. *Procedimenti istruiti nel Registro nel periodo di riferimento*

	Aprile 2010 - Marzo 2011	**Aprile 2011 - Marzo 2012**
Operatori iscritti	1.578	1.165
Cancellazioni (istanza di parte)	960	281
Cancellazioni totali (incluse quelle d'ufficio)	3.225	283
Comunicazioni annuali	4.868	4.890
Comunicazioni di variazione	1.894	1.889
Certificazioni	471	367
Totale comunicazioni ricevute	10.160	8.594

Fonte: Autorità

I dati riportati evidenziano un lieve calo dei provvedimenti di iscrizione legato, da un lato, all'attuale situazione di crisi economica che ha colpito anche il settore delle comunicazioni, dall'altro, all'aumento di domande di iscrizione improcedibili e pertanto archiviate, presentate da soggetti che, alla luce di una corretta interpretazione del decreto legislativo n. 259/2003, sono risultati privi dei requisiti di autorizzazione previsti da predetto decreto e, conseguentemente, dal Regolamento. Si riscontra, altresì, un tasso di ottemperanza in linea con i dati dell'anno precedente da parte degli operatori nell'effettuare le comunicazioni al Registro. La lieve crescita di tale dato è imputabile in parte alla delega di funzioni ai Co.re.com., in parte al potenziamento dell'azione di *enforcement* da parte dell'Ufficio del Registro, attraverso numerosi accertamenti e procedimenti sanzionatori.

L'elevato numero di comunicazioni di variazione, anche in questo caso in sintonia con i dati dell'anno precedente, può, per il periodo di riferimento in questione, essere

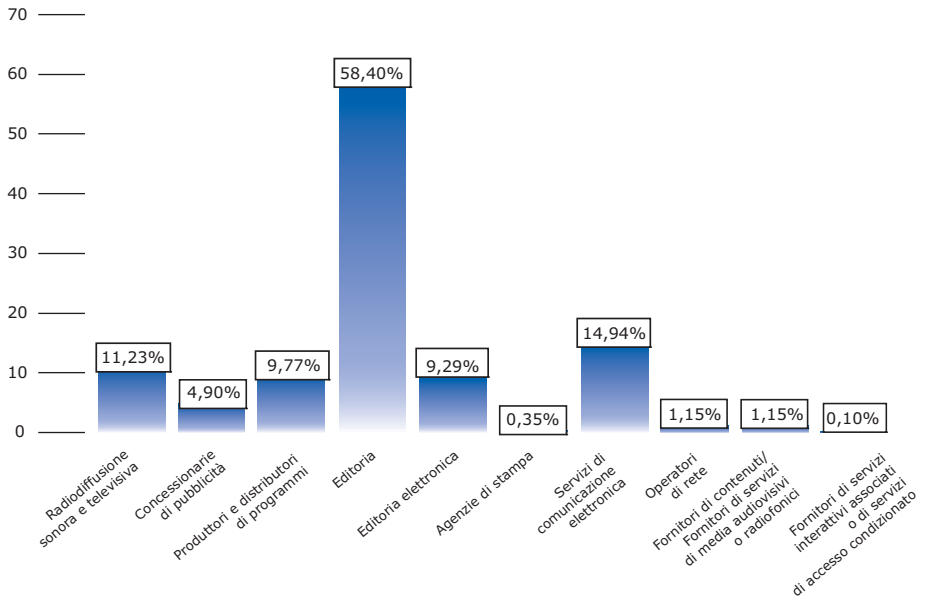
analizzato alla luce del progressivo passaggio della diffusione televisiva dalla tecnica analogica a quella digitale. Nelle Regioni in cui ha avuto luogo il c.d. *switch-off*, infatti, gli operatori hanno comunicato il mutamento dell'attività svolta presentando in via telematica il modello 15/ROC "Comunicazione di variazione". L'Autorità ha continuato le attività di verifica, contattando gli operatori al fine di sollecitare l'aggiornamento dei titoli autorizzatori comunicati al ROC e dei dati dichiarati al Catasto nazionale delle frequenze.

Infine, il numero di cancellazioni risulta in calo rispetto all'anno 2011, ma in linea con quello registrato negli anni precedenti, in quanto, nel periodo di riferimento aprile 2010 - marzo 2011, sono state svolte specifiche attività di "bonifica" dei dati del ROC, attraverso l'analisi manuale delle singole posizioni con anomalie nonché con il confronto automatizzato dei dati contenuti nel Registro con quelli detenuti dalle Camere di Commercio.

Nell'ambito della tenuta del Registro, sulla base di verifiche avviate anche a seguito di segnalazioni qualificate, trasmesse dall'Ufficio Coordinamento delle attività ispettive ovvero dal Nucleo speciale per la radiodiffusione e l'editoria della Guardia di finanza, sono stati avviati n. 7 procedimenti sanzionatori per la mancata ovvero tardiva trasmissione delle comunicazioni annuali (n. 4 procedimenti), per la tardiva comunicazione di variazione concernente l'avvio di una nuova attività (n. 1 procedimento), per l'omessa comunicazione della situazione di controllo e della domanda di cancellazione dal Registro (n. 1 procedimento), nonché per la mancata presentazione, nei termini, della domanda d'iscrizione al Registro (n. 1 procedimento), adempimenti dovuti dagli operatori ai sensi del Regolamento del Registro.

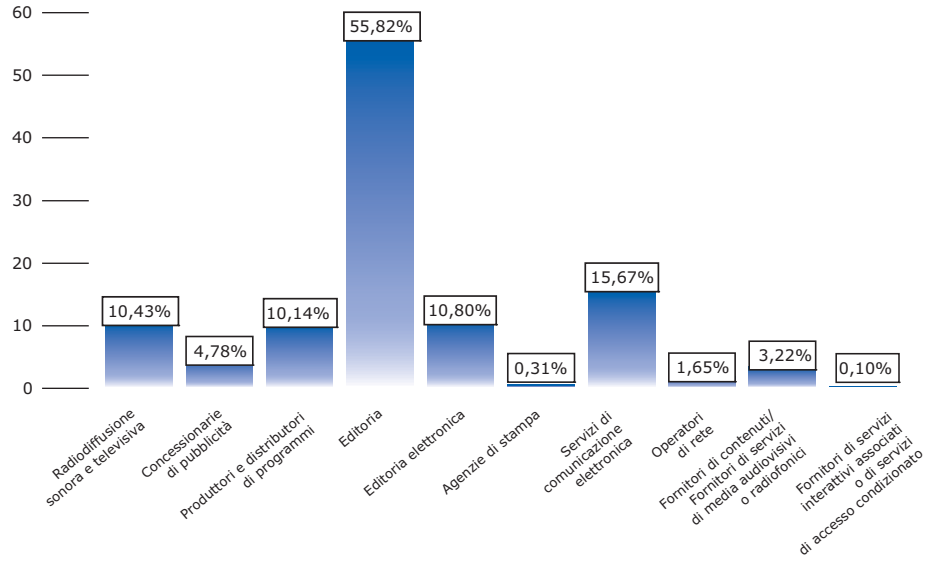
Con riferimento alle tipologie degli operatori, i seguenti grafici raffigurano gli operatori attivi iscritti al ROC, rispettivamente alla data del 31 marzo 2011 e alla data del 31 marzo 2012, divisi per attività svolta.

Figura 3.26. *Operatori iscritti al Registro per attività su totale operatori al 31 marzo 2011*



Fonte: Autorità

Figura 3.27. *Operatori iscritti al Registro per attività su totale operatori al 31 marzo 2012*



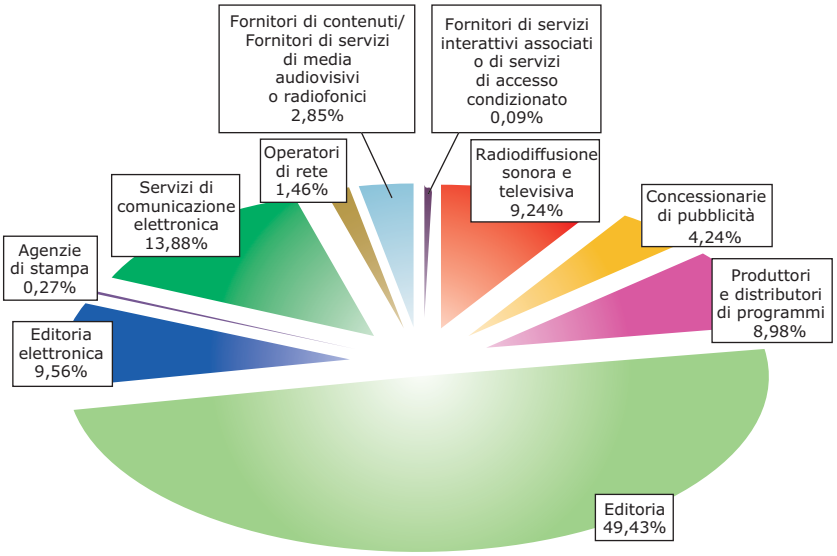
Fonte: Autorità

I dati indicati nei grafici sopra riportati confermano l'ampia predominanza degli editori nell'ambito dei soggetti iscritti: nel 2012, più del 55% degli oltre 17.200 operatori attivi svolge l'attività di editoria. Tale dato risulta in lieve calo rispetto all'anno 2011, dove su un totale di circa 16.500 la percentuale degli editori era superiore al 58%. Si rileva, tuttavia, che, rispetto ai dati del 2011, è aumentata l'incidenza degli operatori esercenti l'attività di editoria elettronica, passati dal 9,29% al 10,80%, in linea con l'evoluzione tecnologica in corso.

A testimonianza dell'ormai quasi concluso processo di *switch-off*, si conferma il lieve e progressivo, calo degli operatori esercenti l'attività di radiodiffusione, passati dall'11,23% del 2011 al 10,43% dell'aprile 2012. Conseguentemente, si ravvisa una crescita lieve da parte degli operatori di rete (passati dall'1,15% del 2011 all'1,65% del 2012) e, invece, significativa dei fornitori di contenuti/fornitori di servizi di media audiovisivi o radiofonici (dall'1,15% al 3,22%). Risultano sostanzialmente invariate le percentuali degli operatori esercenti le restanti attività.

Di seguito si riporta un ulteriore grafico, nel quale sono illustrate le percentuali dei settori di attività svolte dagli operatori iscritti al Registro sul totale delle attività. Tale dato, circa 19.000, risulta naturalmente superiore al numero degli iscritti, poiché molti soggetti svolgono più di un'attività nel mercato delle comunicazioni (ad esempio operatori di rete e fornitori di contenuti nel settore televisivo digitale a livello locale).

Figura 3.28. *Settori di attività svolte dagli operatori iscritti al Registro su totale attività (%) – dati al 30 aprile 2012*



Fonte: Autorità

Evoluzione del Registro

È in corso di sviluppo il nuovo sistema informativo automatizzato per la gestione del Registro degli operatori di comunicazione, per allinearlo alle più recenti disposizioni in materia di semplificazione amministrativa. Il progetto prevede che il *front office* del nuovo sistema sia integrato nel portale www.impresa.gov.it gestito da Unioncamere.

L'integrazione del sistema informativo automatizzato del Registro all'interno del portale impresa.gov consentirà, tra le altre cose, di acquisire i dati anagrafici, gli assetti amministrativi e societari degli operatori di comunicazione direttamente dal Registro delle Imprese, riducendo gli oneri di comunicazione e verifica dei dati in capo agli iscritti. L'accesso al nuovo *front office* potrà avvenire esclusivamente tramite la Carta Nazionale dei Servizi (CNS) con funzioni di Firma Digitale, che consentirà l'identificazione certa dell'utente in rete e la possibilità di consultare i dati dichiarati al Registro. L'uso di tale dispositivo, facilmente reperibile, ad es. presso le Camere di Commercio, sarà obbligatorio per tutti gli operatori.

Nel periodo di riferimento, l'Autorità ha avviato anche lo sviluppo del nuovo sistema di *back office* affidato attraverso contratti SPC ai fornitori HP ed il R.T.I. FASTWEB/HP. In tale contesto, l'integrazione tra *back office* e *front office* permetterà l'implementazione di alcuni meccanismi di precaricamento dei dati da altri registri pubblici, nonché l'inserimento di vincoli e controlli automatici sulle dichiarazioni rese dagli operatori, al fine di prevenire l'inserimento di dati errati e/o incompleti a vantaggio della qualità e dell'affidabilità delle informazioni immesse nel sistema, migliorando l'efficienza del processo di comunicazione. L'Autorità ha già effettuato i primi collaudi tecnici del nuovo sistema del Registro e, allo stato, è stata avviata una fase di sperimentazione con

i Co.re.com. delegati e con le principali associazioni di categoria, per verificare le funzionalità del nuovo sistema, le eventuali criticità, la corretta migrazione, dal vecchio al nuovo *database*, dei dati dichiarati al Registro dagli operatori di comunicazione.

L'entrata in esercizio definitiva del nuovo sistema informativo automatizzato del Registro è prevista per il prossimo autunno.

Infine, è stato completato il servizio di gestione e riordino documentale degli archivi cartacei con la riunificazione delle diverse serie storiche dei registri ROC, RNIR e RNS e la digitalizzazione dei documenti cartacei che in prospettiva potranno essere consultati all'interno del nuovo *back office* del Registro.

3.5.2. Il Catasto nazionale delle infrastrutture di diffusione

Il "Catasto nazionale delle frequenze radiotelevisive" (di seguito "Catasto"), che costituisce la Sezione speciale del Registro degli operatori di comunicazione, rappresenta una preziosa fonte di informazioni, attuali e storiche, relative agli impianti di radiodiffusione televisiva presenti sul territorio nazionale.

Da oltre tre anni è attivo su rete *internet* il sistema di gestione *on-line* del Catasto (www.catastofrequenze.agcom.it), che nel corso di quest'ultimo periodo è andato ancor più affermandosi come un importante e fondamentale strumento di conoscenza del complesso sistema radiotelevisivo italiano, tanto da rappresentare il principale punto di riferimento per tutte le attività tecnico/gestionali poste in essere dall'Autorità per dare completa attuazione al processo di transizione al digitale terrestre (cd. fase di *switch-off*).

L'aggiornamento *on-line* dei dati da parte degli stessi operatori di settore consente un puntuale e costante monitoraggio delle dinamiche che caratterizzano l'utilizzo dello spettro elettromagnetico attinente alla radiodiffusione televisiva nelle bande VHF e UHF, consentendo di svolgere un'ottimale attività di pianificazione sulla base di informazioni sempre più accurate e aderenti alla realtà esistente.

Grazie alle procedure automatizzate sviluppate, gli uffici dell'Autorità si sono potuti avvalere, in occasione della convocazione dei tavoli tecnici previsti nell'ambito dei procedimenti di pianificazione delle aree tecniche oggetto del passaggio al digitale terrestre, di elenchi degli impianti aggiornati e verificati in tempo reale.

I formati di dati utilizzati nel sistema informatizzato del Catasto, così come gli elaborati prodotti, costituiscono uno *standard* per lo scambio di informazioni riguardanti gli impianti di radiodiffusione, apprezzato sia dagli operatori di settore che dalle associazioni di categoria.

L'utilizzo del predetto sistema ha consentito la totale dematerializzazione di tutte le tipologie di dichiarazioni rese dagli operatori: l'operatore radiotelevisivo, attraverso un semplice accesso in modalità telematica utilizzando le medesime credenziali assegnate per l'accesso al Registro, può comunicare, in totale autonomia e con elevati *standard* di sicurezza, le variazioni relative alla titolarità degli impianti (cessioni, subentri), ai parametri tecnici di esercizio (come ad esempio, la frequenza di trasmissione, la potenza irradiata, la conversione in digitale ecc.), nonché la cessazione degli stessi.

Tutti gli accessi al sistema vengono tracciati così come viene tracciato, grazie principalmente all'identificativo alfanumerico univoco che contraddistingue gli impianti all'interno del Catasto, il susseguirsi delle modifiche o comunicazioni che accompagnano la vita operativa degli impianti. Ogni volta, infatti, che interviene una variazione nei dati dell'impianto, il sistema provvede automaticamente a registrare nel c.d. archivio storico una copia dei dati nella situazione antecedente la modifica apportata. In questo modo è possibile conoscere in qualsiasi momento i dati di titolarità o di esercizio di un impianto a una certa data.

Ulteriori funzionalità sono state implementate nel corso dell'ultimo anno sia per fornire al personale dell'Autorità strumenti di gestione ancor più performanti e intuitivi, sia per fornire agli operatori ulteriori *utility* per l'interrogazione del *database* e la gestione dei dati tecnici. È stato introdotto un sistema di avvisi (cd. "*banner*") che consente all'Autorità di comunicare in tempo reale con tutti gli operatori rappresentando, al tempo stesso, una sorta di scadenzario per gli adempimenti connessi. Tra i vari interventi effettuati viene segnalato, per rilevanza e complessità, l'implementazione di una procedura guidata per la migrazione delle coordinate geografiche degli impianti dall'attuale sistema geodetico di riferimento a validità locale ED50 allo *standard* internazionale WGS84, a validità globale.

È stata infine testata, sebbene al momento non ancora resa disponibile, una sezione *web* pubblica per la consultazione dei dati salienti del Catasto da parte di tutti gli utenti della rete *internet* che potranno accedere senza necessità di preventiva autenticazione, ad esempio per fini statistici o di studio, a una sezione speciale del Catasto contenente esclusivamente i dati essenziali degli impianti di diffusione operanti sul territorio nazionale.

Il periodo compreso tra aprile 2011 e marzo 2012 ha fatto registrare, in termini percentuali, il maggior volume di accessi al Catasto da parte degli operatori di radiodiffusione, ciò sia in considerazione del fatto che la completa digitalizzazione di 14 regioni su 20 ha reso necessario il definitivo aggiornamento dei dati tecnici degli impianti non più analogici, sia perché le restanti 6 regioni dovranno completare, proprio nel corso del corrente anno, la transizione al digitale, la qual cosa ha portato a una puntuale verifica da parte di tutti i soggetti interessati degli impianti gestiti.

Alla data del 31 marzo 2012, il Catasto conteneva 21.064 impianti attivi, dei quali 5.309 di tipo televisivo analogico, 15.492 di tipo televisivo digitale e 263 di tipo radiofonico digitale.

Tabella 3.47. *Impianti dichiarati attivi al Catasto nazionale delle frequenze - alla data del 31 marzo per gli anni 2009, 2010, 2011 e 2012 – individuati per tipologia e qualità dei dati*

	31/03/2009	31/03/2010	31/03/2011	31/03/2012
Impianti				
Televisione analogica	20.072	17.009	10.125	5.309
Televisione digitale	4.854	7.414	11.689	15.492
Radiofonia digitale	264	264	264	263
Qualità dei dati				
Nessuna anomalia	67	1.439	2.856	7.961
Anomalie lievi	14.118	19.852	17.043	11.800
Anomalie gravi	11.005	3.396	2.179	1.303

Fonte: Autorità

In termini numerici, il periodo in esame ha fatto registrare un totale di oltre 14.270 accessi, con una media giornaliera di circa 34 accessi/*die*.

Nel corso degli accessi effettuati dagli operatori di radiodiffusione, sono state acquisite al Catasto e automaticamente validate oltre 12.200 pratiche, integralmente dematerializzate, con le quali sono stati comunicati oltre 18.500 tra inserimenti, variazioni tecnico/amministrative, trasferimenti, subentri o cessazioni di impianti, per una media di circa 30 pratiche per giorno lavorativo.

Tabella 3.48. *Tipologie e numero di operazioni effettuate sul Catasto nazionale delle frequenze radiotelevisive nel periodo di riferimento 1° aprile – 31 marzo per gli anni 2008/2009, 2009/2010, 2010/2011 e 2011/2012*

	2008*/2009	2009/2010	2010/2011	2011/2012
Accessi (log-on)	4.210	9.793	8.352	11.724
Inserimenti singoli impianti	126	177	86	222
Modifiche singoli impianti	3.803	4.814	4.978	7.311
Inserimenti/modifiche massivi	25	666	315	799
Cessazioni	115	1.553	5.075	3.622
Cessioni	116	1.838	1.381	1.439
Subentri	87	1.759	1.368	1.457
Trasformazioni analogico/digitale	2	998	1.563	1.494

** solo mese di dicembre, mese in cui il sistema informativo è entrato in funzione*
Fonte: Autorità

In merito all'attività di vigilanza, sono proseguiti anche nel corso del 2011, controlli e sopralluoghi tecnici, congiuntamente alla Sezione di Polizia postale e delle comunicazioni presso l'Autorità e alle strutture periferiche del Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento per le comunicazioni, nelle Regioni in cui ha già avuto luogo lo *switch-off*, al fine di riscontrare le effettive condizioni di esercizio degli impianti radiotelevisivi rispetto a quanto dichiarato dagli operatori al Catasto.

Nello specifico sono stati condotti sopralluoghi tecnici in n. 6 regioni *all-digital* a valle dei quali si è proceduto a contestare a circa 150 operatori difformità operative rispetto ai dati dichiarati al Catasto.

Ulteriori verifiche vengono svolte attraverso specifiche attività di *back-office*. Nel corso del 2011, il Servizio ispettivo e registro ha svolto controlli sulle autodichiarazioni rese al Catasto nazionale delle frequenze da oltre trecento operatori esercenti l'attività di radiodiffusione televisiva relativamente agli impianti operanti sul territorio nazionale nelle aree già completamente digitalizzate (Sardegna, Campania, Trentino-Alto Adige, Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, Veneto, Toscana, Lazio, Liguria), invitando successivamente gli stessi ad aggiornare i dati relativi agli impianti operanti in tecnica analogica ai sensi dell'articolo unico, comma 3, dell'allegato C alla delibera n. 666/08/CONS del 26 novembre 2008 e successive modifiche ed integrazioni. In esito a tali controlli, l'Autorità ha avviato un'estesa campagna per la rettifica d'ufficio dei dati degli impianti registrati al Catasto, spesso riconducibili a piccole emittenti locali non più operative, che ha portato, a oggi, alla cancellazione di oltre 80 impianti analogici non più attivi e alla predisposizione di circa 20 nuovi ulteriori procedimenti amministrativi di cancellazione impianti.

Sempre in merito all'attività di vigilanza, va evidenziato che la convocazione dei tavoli tecnici predisposti dalla Direzione reti e servizi di comunicazione elettronica dell'Autorità è diventata anch'essa una preziosa occasione per invitare gli operatori radiotelevisivi partecipanti ad aggiornare la propria posizione amministrativa e tecnica relativamente agli impianti gestiti presso il Catasto nazionale delle frequenze.

Nel corso del 2011 sono state, altresì, avviate attività finalizzate a estendere la Sezione speciale del Registro degli operatori di comunicazione anche al censimento degli impianti di radiodiffusione sonora in tecnica analogica operanti in banda FM e in tecnica digitale operanti in banda L. Allo stato attuale, l'Autorità ha implementato un tracciato *record* già condiviso con i principali operatori del settore e con il Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento per le comunicazioni. La raccolta dei dati avverrà una volta completata la modifica della struttura del *database* attualmente utilizzato per il Catasto con le specifiche di cui al tracciato *record* sopradescritto per i dati degli impianti di radiodiffusione sonora.

3.5.3. Le attività ispettive

Nel periodo di riferimento, l'Ufficio Coordinamento delle attività ispettive ha effettuato verifiche secondo le procedure definite dalla delibera n. 220/08/CONS del 7 maggio 2008. L'attività ispettiva ha riguardato, in particolare:

a) la verifica, in capo agli operatori di servizi di comunicazione (telefonia e dati), del rispetto della disciplina regolamentare in materia;

b) la tutela del diritto di cronaca in materia di diritti sportivi;

c) le verifiche sul pagamento da parte degli operatori di comunicazione del contributo dovuto all'Autorità;

d) le verifiche in materia di pagamento del canone di concessione da parte degli operatori radiotelevisivi;

e) la verifica delle violazioni del diritto d'autore in ambito radiotelevisivo;

f) le attività di sopralluogo per la gestione delle attività connesse allo *switch-off* e l'avvio del censimento delle infrastrutture di radiodiffusione per l'implementazione dei dati del Catasto nazionale delle frequenze.

Relativamente alle verifiche concernenti l'erogazione dei servizi di comunicazione, sono stati oggetto dell'attività ispettiva, condotta con la Direzione tutela dei consumatori e la Direzione reti e servizi di comunicazione elettronica, 3 operatori, con un impiego di personale in sede esterna per complessivi 17 giorni.

In base all'intervenuta modifica del riparto di competenze di cui all'art. 9, comma 3, della delibera n. 25/07/CONS sono stati avviati accertamenti, con il supporto del Nucleo speciale per la radiodiffusione e l'editoria della Guardia di finanza, sul regolare pagamento da parte dei soggetti operanti nel settore delle comunicazioni del canone annuale di radiodiffusione da parte degli operatori radiotelevisivi nazionali e locali.

Anche in questo caso, relativamente alla tipologia di operatori da verificare, si è ritenuto opportuno partire dai soggetti che, in forza del fatturato, potevano risultare più significativi.

Tale attività si è sviluppata inizialmente con una serie di approfondimenti da *desk*, nel corso dei quali questa Autorità ha, in più occasioni, interessato il competente Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento per le comunicazioni, al fine di attuare un'attenta attività di riconciliazione dei dati disponibili, con l'intento di definire un'adeguata pianificazione degli adempimenti di competenza, in coordinamento con il Dicastero stesso. Relativamente a tali verifiche sono stati oggetto di accertamento 21 operatori radiotelevisivi, per un impiego di personale quantificato in 65 giorni lavorativi.

All'esito della prima implementazione dei dati del Catasto nazionale delle frequenze, istituito con delibera n. 502/06/CONS del 2 agosto 2006, sono state avviate delle attività di sopralluogo effettuate in collaborazione con il Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento per le comunicazioni e la Sezione di Polizia postale e delle comunicazioni presso l'Autorità.

Tali attività di verifica sono state avviate dopo una serie di incontri con la Direzione generale per i servizi di comunicazione e la Direzione generale pianificazione e gestione dello spettro radioelettrico del Ministero, al fine di definire le linee guida propedeutiche all'avvio di una capillare attività di sopralluoghi tecnico/amministrativi presso gli impianti radiotelevisivi interessati al censimento. In ordine a tali verifiche sono stati oggetto di accertamento le infrastrutture di telecomunicazioni attestate nelle seguenti località: Genova, Imperia, Savona, Roma, Bolzano, Firenze, Pisa, Livorno, Siena, Grosseto, Arezzo, Trieste, Udine, Pordenone, Venezia, Verona, Rovigo, Bologna, Modena, Reggio Emilia, Prato e Piacenza, per un impiego di personale complessivamente quantificato in 42 giorni lavorativi.

Infine, il Servizio ispettivo e registro è competente per l'accertamento del regolare pagamento da parte dei soggetti operanti nel settore delle comunicazioni delle sanzioni amministrative irrogate dall'Autorità. In tale ambito, sono stati trattati complessivamente 150 procedimenti e, per i casi di indisponibilità dei singoli soggetti all'adempimento spontaneo, sono stati avviati 95 procedimenti di iscrizione a ruolo presso la società Equitalia s.p.a. A oggi, sull'importo dei procedimenti sanzionatori per la somma complessiva di euro 3.800.201,00 (cui vanno aggiunti gli oneri per maggiorazioni e interessi conteggiati dall'agente della riscossione per quelli iscritti a ruolo) in esito all'attività di riscossione svolta, sulla citata somma, sono stati materialmente incassati euro 2.402.062,00.

3.6. La tutela giurisdizionale in ambito nazionale e comunitario

Dati statistici

Dal 1° aprile 2011 al 30 aprile 2012 sono stati depositati 174 ricorsi al Tribunale amministrativo regionale del Lazio avverso provvedimenti dell'Autorità, così classificati: 56 ricorsi in materia di telecomunicazioni, 70 in materia di audiovisivo, 10 in materia di parità di accesso ai mezzi di comunicazione di massa (c.d. *par condicio*), 23 in materia di organizzazione e funzionamento, e 15 in materia di personale.

Dei 174 ricorsi depositati nel periodo di riferimento, 28 erano corredati da istanza cautelare. La discussione in sede cautelare ha avuto come esito il rigetto di 10 istanze cautelari e l'accoglimento di sole 2 istanze; la trattazione delle ulteriori 16 è stata invece rinviata alla disamina del merito.

Quanto ai ricorsi (depositati nel periodo di riferimento, ovvero preesistenti) definiti nel merito dal TAR del Lazio nell'arco temporale suindicato, che ammontano complessivamente a 42, 26 di essi sono stati respinti e 13 sono stati accolti. Sono altresì intervenuti 1 decreto di rinuncia, e 2 di perenzione del ricorso.

Con riferimento ai giudizi, invece, innanzi al Consiglio di Stato, sono stati proposti in appello 37 ricorsi, dei quali 12 in materia di audiovisivo, 11 in materia di telecomunicazioni, 8 in materia di organizzazione e funzionamento e 6 in materia di personale. Degli appelli in argomento, 19 erano corredati da istanza cautelare, delle quali 10 sono state decise con esito favorevole all'Autorità – che in due casi era appellante – mentre 3 sono state accolte; la trattazione di 6 istanze è stata rinviata alla disamina del merito.

Riguardo ai ricorsi in appello definiti nel merito nello specifico arco temporale di riferimento, si segnala che essi ammontano complessivamente a 28 definiti come segue: 22 ricorsi respinti (con esito favorevole all'Autorità), 6 accolti.

Merita attenzione anche il dato relativo ai ricorsi straordinari al Presidente della Repubblica. Nel periodo di riferimento sono stati proposti nei confronti dell'Autorità 16 ricorsi straordinari: di essi, 13 sono stati oggetto di trasposizione innanzi al Tar Lazio e i rimanenti 3 risultano tuttora pendenti dinanzi al Consiglio di Stato.

Quanto al contenzioso dinanzi al Giudice ordinario, nel periodo 1° aprile 2011 - 30 aprile 2012 sono stati promossi 10 giudizi, di cui 4 in materia di condotta antisindacale (3 conclusi in senso favorevole all'Amministrazione; uno pendente), 1 in tema di relazioni sindacali (definito con sentenza favorevole all'Autorità), 1 per il riconoscimento di spettanze economiche (ancora pendente) e 5 in materia di cartelle di pagamento (dei quali solo due sono stati decisi: uno con esito favorevole per l'Autorità, e l'altro invece in senso sfavorevole).

Dai dati appena esposti si evince con chiarezza che la percentuale di cause in cui l'Autorità risulta vittoriosa, tanto in primo grado che in appello, risulta prossima al 73 per cento.

Gli indirizzi della giurisprudenza

Nel periodo di riferimento sono intervenute rilevanti decisioni, con le quali sono stati tracciati indirizzi giurisprudenziali di particolare rilievo nelle materie inerenti all'attività istituzionale dell'Autorità.

Telecomunicazioni

Tariffe di terminazione sulla rete fissa

Con le sentenze 27 dicembre 2011, nn. 6830 e 6831, il Consiglio di Stato ha confermato le pronunce del Tar Lazio nn. 6439/09 e 6445/09, ribadendo la legittimità dell'iter procedimentale seguito dall'Autorità per l'adozione della delibera n. 251/08/CONS, con la quale è stato messo a punto il "Modello" per la determinazione delle tariffe di terminazione su rete fissa in base ai costi di un operatore alternativo efficiente.

Sempre in materia di tariffe di terminazione sul mercato della rete fissa è intervenuta la sentenza del Tar Lazio 14 dicembre 2011, n. 9739, che ha accolto il ricorso proposto da Telecom Italia avverso le delibere nn. 179/10/CONS e 229/11/CONS, con le quali l'Autorità ha definito, rispettivamente per gli anni 2010 e 2011, i livelli massimi di prezzo per la fornitura da parte degli operatori alternativi (OLO) dei servizi di raccolta e di terminazione delle chiamate sulle proprie reti (cd. interconnessione *reverse*).

Il Giudice amministrativo, condividendo la posizione della ricorrente, ha ritenuto che "*la delibera n. 179/10, nella parte in cui ha mantenuto anche per il 2010 una oggettiva disomogeneità fra le condizioni economiche concretamente praticabili dagli operatori interessati per la reciproca fornitura del servizio di terminazione delle chiamate sulle rispettive reti, non sia immune dai denunciati indici sintomatici dell'eccesso di potere, quali la contraddittorietà manifesta, l'insufficienza della motivazione e il difetto di istruttoria*" e che "*anche la delibera n. 229/11 … non appare immune dai vizi denunciati, sostanzialmente riconducibili alla complessiva inadeguatezza dell'istruttoria condotta dall'Autorità che ha portato all'adozione di una decisione non rispettosa del quadro di riferimento normativo nazionale e comunitario, e pertanto deve essere annullata*".

Avverso la sfavorevole sentenza del Tar l'Autorità ha proposto appello, che è stato accolto dal Consiglio di Stato con decisione n. 2802 del 15 maggio 2012. Nel disporre l'annullamento dell'appellata sentenza n. 9739/2011, il Collegio ha statuito la legittimità dell'operato del Garante, ritenendo, in particolare, che il sistema di prezzi di terminazione su rete fissa delineato dall'Autorità per gli anni 2010 e 2011 "*...è solo apparentemente ingiustificato, discriminatorio e in contrasto con le prescrizioni della Commissione europea, rispondendo piuttosto al persistere ancora dopo molti anni dalla liberalizzazione del mercato, di una realtà infrastrutturale differenziata tra Telecom e gli altri operatori, che emerge con chiarezza dall'analisi del mercato compiuta dall'Autorità e dalla motivazione delle delibere nn. 179/10 e 229/11...*".

Tariffe di terminazione su rete mobile

Due pronunce del Consiglio di Stato hanno definitivamente chiuso il contenzioso concernente la delibera n. 667/08/CONS (in tema di mercato della terminazione su singole reti mobili), con esiti positivi per il regolatore, stante la conferma della legittimità del sistema *glide path* (riduzione progressiva dei prezzi) introdotto con la citata delibera.

I Giudici di Palazzo Spada si sono pronunciati sulla impugnazione della sentenza del Tar del Lazio n. 1336/2011 (segnalata nella Relazione annuale 2011) e, successivamente, sul giudizio di revocazione promosso da H3G a seguito della sfavorevole pronuncia intervenuta in secondo grado.

Nell'ambito della prima pronuncia (Consiglio di Stato 23 maggio 2011, n. 3106), il Collegio, confermando il pronunciamento di primo grado, ha stabilito che l'Autorità, pur determinando i costi di terminazione in conformità a quelli del cd. "operatore efficiente" e prevedendo la parità di trattamento per tutti gli operatori nel settore della telefonia mobile con allineamento dei prezzi entro il 31 dicembre 2012, può legittimamente ammettere, per breve tempo e sulla base di elementi oggettivi sottoposti a continuo monitoraggio, eventuali asimmetrie in presenza di operatori *newcomer* che non abbiano raggiunto la dimensione minima d'efficienza, che debbano sostenere costi superiori a quelli degli operatori efficienti o che subiscano costi per loro incontrollabili per effetto d'assegnazione ineguale di frequenze.

Ma da tale beneficio è stato legittimamente escluso l'operatore H3G, in quanto lo stesso per lungo tempo ha già goduto di asimmetrie tariffarie a proprio vantaggio per la sua iniziale condizione, che tuttavia è significativamente mutata anche grazie alla progressiva liberazione delle frequenze. Il giudizio di revocazione successivamente avviato da H3G avverso la sentenza appena illustrata è stato considerato inammissibile (Consiglio di Stato 24 gennaio 2012, n. 288).

Rimedi imposti all'operatore *incumbent* sui mercati dell'accesso alla rete fissa

Sui rimedi che l'Autorità ha imposto a Telecom Italia nei mercati dell'accesso sulla rete fissa sono intervenute numerose sentenze (Tar Lazio 1° dicembre 2011, n. 9484; 5 dicembre 2011, n. 9569; 14 dicembre 2011, n. 9740), con le quali il Giudice ha confermato la legittimità di diverse disposizioni contenute nella delibera n. 731/09/CONS, relativa alla "*Individuazione degli obblighi regolamentari cui sono soggette le imprese che detengono un significativo potere di mercato nei mercati dell'accesso alla rete fissa (mercati 1, 4 e 5 fra quelli individuati dalla Raccomandazione 2007/879/CE)*", nonché del modello di costo definito nella successiva delibera n. 578/10/CONS.

Un primo rilevante tema affrontato dal Giudice di prime cure (sentenza n. 9484/2011) attiene al riconoscimento della legittimità della scelta dell'Autorità di adottare una disciplina graduale per l'individuazione dei rimedi da imporre a Telecom Italia sulla rete di accesso in fibra (NGAN). Il Giudice amministrativo ha ritenuto che i principi e gli obiettivi generali della disciplina di reti e servizi nonché quelli della regolamentazione, rispettivamente contenuti negli artt. 4 e 13 del d.lgs. n. 259/2003 e nella legge istitutiva dell'Autorità, lasciano a quest'ultima ampio spazio per individuare procedimenti e tempi di attuazione della disciplina relativa alle trasmissioni in fibra. Il Tar ha

conseguentemente concluso che rientra nelle prerogative dell'Autorità, e nell'ambito dei suoi apprezzamenti di discrezionalità tecnica, il potere di valutare che la rete in fibra non fosse, allo stato, già significativamente attuata e soprattutto non in possesso di unico operatore (come quella in rame posseduta da Telecom); di talché la disciplina prevista per la rete in rame non poteva automaticamente valere per la rete in fibra, che necessitava appunto di più specifici approfondimenti e sperimentazioni.

Avverso tale sentenza è stato presentato ricorso in appello, tutt'ora pendente.

Altrettanto importanti sono le osservazioni svolte dal Tar in un'altra decisione resa sempre in ordine alla delibera n. 731/09/CONS (sentenza n. 9569/2011) con specifico riferimento al tema della replicabilità delle offerte di Telecom. Il Tar ha ritenuto ragionevole la scelta dell'Autorità di prevedere che il ribaltamento sulle tariffe all'ingrosso (*wholesale*) delle eventuali offerte promozionali di Telecom si renderà necessario solo nel caso in cui dette offerte non possano essere replicate dagli operatori, e che ciò è rimesso a un'apposita necessaria verifica di replicabilità.

In tale sentenza, il Giudice di prima istanza ha affermato la natura discrezionale della scelta del Garante di prevedere la co-locazione virtuale solo nei casi di indisponibilità di soluzioni per la co-locazione fisica: trattasi, dunque, di una scelta che deve essere valutata solo sotto il profilo della ragionevolezza; ed è sotto tale prospettiva che il Tar ha rilevato la natura "*non assolutamente irragionevole*" della scelta, in quanto essa non limita le possibilità di accesso alle reti da parte degli operatori.

In ogni caso, a giudizio del Tar, una determinazione di tal genere risponde chiaramente a una politica, insindacabile in sede giurisdizionale, di incentivare gli operatori stessi a creare proprie strutture fisiche per le trasmissioni, che sono diverse dagli apparati di proprietà che pure gli operatori utilizzano nell'ambito della rete Telecom.

Avverso tale sentenza, la società Vodafone ha presentato ricorso in appello, attualmente pendente.

Il Tar del Lazio si è espresso anche sulla legittimità del modello di costo per la definizione dei prezzi dei servizi intermedi di accesso per il triennio 2010-2012 previsto dalla delibera n. 578/10/CONS (sentenze n. 9484/2011 e n. 9740/2011).

In particolare, con la sentenza citata da ultimo, il Giudice di prime cure ha respinto il ricorso promosso da un operatore alternativo, che contestava la scelta dell'Autorità di riferirsi ai prezzi 2009 dei servizi intermedi di accesso quali valori di partenza per l'applicazione del meccanismo di *network cap*; si è osservato come tale scelta potesse considerarsi legittima solo per i servizi *ULL* e *bitstream*, i cui prezzi erano stati determinati sulla base del principio dell'orientamento al costo, ma non per i servizi *WLR* e *bitstream naked*, i cui prezzi 2009 erano stati determinati, invece, con una metodologia di tipo *retail minus*, che, diversamente da quella dell'orientamento al costo, individua il prezzo del servizio all'ingrosso a partire dal prezzo praticato da TI all'utenza finale.

Il Giudice amministrativo ha ritenuto ragionevole la scelta dell'Autorità di adottare un sistema che tenda ad applicare il principio dell'orientamento ai costi in maniera progressiva, mantenendo fermo come dato di partenza per i prezzi dei servizi WLR e *bitstream naked* il valore fissato nel 2009.

Il Tar ha altresì aggiunto che il meccanismo di programmazione triennale dei prezzi, realizzato nell'ambito della delibera n. 578/10/CONS, è espressione di una scelta, assolutamente legittima, dell'Autorità di mantenere un certo differenziale con i prezzi relativi all'accesso alla rete in rame.

Servizio di accesso disaggregato

In materia di accesso disaggregato (ULL) è intervenuta la sentenza 20 aprile 2011, n. 2439, con la quale il Consiglio di Stato ha confermato le sentenze del Tar Lazio n. 4722/2010 e n. 4713/2010, che si erano pronunciate positivamente sulla legittimità della delibera dell'Autorità n. 14/09/CIR di "*approvazione delle condizioni economiche dell'offerta di riferimento di Telecom Italia relativa ai servizi di accesso disaggregato all'ingrosso alle reti e sottoreti metalliche e ai servizi di co-locazione (mercato 11) per l'anno 2009*".

I Giudici di Palazzo Spada, in particolare, nel respingere l'appello proposto da Fastweb, hanno ampiamente condiviso le conclusioni raggiunte dal Giudice di primo grado (per le quali si rinvia, più ampiamente, alla Relazione annuale 2010): sul mancato accoglimento dell'istanza istruttoria; sull'efficacia nel tempo della delibera 14/09/CIR che, adottata in data 24 marzo 2009, ha tuttavia spiegato effetti a partire dal 1° gennaio dello stesso anno; sull'applicazione del meccanismo del *bottom up* in luogo di quello del *network cap* in sede di definizione del canone dei servizi di ULL; sulla competenza della Commissione per le infrastrutture e le reti; sull'adeguatezza dei dati di cui l'Autorità si è avvalsa in sede di approvazione, con il meccanismo del *bottom up*, dell'offerta di riferimento presentata dalla Telecom per l'anno 2009; sulle modalità e sui criteri in concreto applicati dall'Autorità nell'apprezzare la suddetta offerta; sulle modalità procedimentali seguite nell'adozione della delibera contestata.

Servizio universale

Il Consiglio di Stato, con le sentenze 20 marzo 2012, nn. 1569, 1571, 1572 e 1573, ha rigettato i ricorsi proposti da Vodafone-Omnitel n.v., in sede di giudizio di ottemperanza, in materia di ripartizione degli oneri di servizio universale.

La ricorrente lamentava la mancata ottemperanza, da parte dell'Autorità, alle sentenze del Consiglio di Stato 25 gennaio 2010, n. 243, 26 gennaio 2010, n. 281, 9 febbraio 2010, n. 644 e 5 febbraio 2010, n. 535, con le quali il Supremo Consesso della magistratura amministrativa aveva sanzionato la carenza di istruttoria dei procedimenti dell'Autorità concernenti il meccanismo di ripartizione e valutazione del costo netto del servizio universale per gli anni 1999, 2000, 2002 e 2003. In particolare, Vodafone desumeva l'invalidità, per violazione del giudicato, delle successive deliberazioni dell'Autorità di rinnovazione dei relativi procedimenti, in ragione dell'omesso rinnovamento della fase relativa ai criteri di ripartizione dell'onere.

Il Consiglio di Stato, nel rigettare i ricorsi in questione, si è soffermato sulla portata delle decisioni sottoposte a giudizio di ottemperanza e sul connesso principio di assorbimento.

Secondo i Giudici di Palazzo Spada, il vincolo conformativo contenuto nelle sentenze da ottemperare riguarda esclusivamente la fase relativa all'accertamento della sussistenza di un obbligo di contribuzione, e non anche la successiva fase di determinazione concreta della relativa quota dovuta. Di conseguenza, l'Autorità, nel rinnovare le procedure, era tenuta a non incorrere nei vizi riscontrati in ordine alle modalità di accertamento del grado di concorrenzialità tra servizio fisso e mobile, e del relativo grado di sostituibilità tra i due servizi. Per il Collegio, la successiva fase "*di accertamento dell'entità del contributo era stata lasciata "libera" dalla sentenza,*

nel senso che questo Consiglio non aveva posto vincoli di determinazione del contributo da corrispondere".

In altri termini, poiché è stata rimessa alla rinnovazione procedimentale di competenza dell'Autorità la sola fase di valutazione sull'*an* dell'obbligo di contribuzione al servizio universale, il Consiglio di Stato ha ritenuto di non dover valutare le censure attenenti al *quantum*, e cioè a un aspetto, quello della corretta quantificazione del contributo, strettamente dipendente dall'esito del procedimento stesso.

Servizi a sovrapprezzo

Con sentenza 6 giugno 2011, n. 3359, il Consiglio di Stato ha accolto l'appello proposto dall'Autorità per la riforma della sentenza del Tar n. 6362/10, che annullava la sanzione irrogata dall'Autorità per la mancata comunicazione del costo di chiamata relativa ai servizi a sovrapprezzo, ritenendo che fosse responsabile della condotta omissiva unicamente l'operatore di accesso o, ove applicabile, l'operatore titolare del diritto d'uso delle numerazioni, e non già il fornitore di contenuti (quale il soggetto sanzionato).

L'appello proposto dall'Autorità è stato accolto sulla scorta della seguente ricostruzione normativa: il combinato disposto degli artt. 5, comma 3, e 3, comma 3, della delibera n. 9/03/CIR evidenzia, da un lato, la presenza di un obbligo, in capo agli operatori d'accesso, o ai titolari del diritto d'uso delle numerazioni, di assicurare la corretta indicazione del costo di chiamata per i servizi resi su numerazioni telefoniche; e, dall'altro, la presenza di un ulteriore obbligo secondo cui i predetti operatori debbono informare i soggetti fornitori dei medesimi servizi circa le norme da rispettare per il corretto utilizzo di tali numerazioni.

Il Collegio ha rilevato che l'obbligo informativo sulle norme da osservare, obbligo che gli operatori di accesso (o i titolari dei diritti d'uso delle numerazioni) sono tenuti ad adempiere verso i fornitori dei servizi, presuppone che siano proprio questi ultimi ad essere responsabili delle condotte poste in essere in violazione delle predette norme.

I giudici di Palazzo Spada hanno dunque affermato che, in caso di mancata comunicazione del costo di chiamata, la palese responsabilità in capo all'operatore di accesso (o titolare del diritto d'uso) non esclude quella del fornitore di contenuti, ma si aggiunge ad essa. Tra l'altro, la mancata indicazione del costo del servizio non riguarda l'uso della numerazione, ma attiene propriamente alle modalità seguite in concreto per la pubblicizzazione del servizio, ed è quindi interamente riferibile al soggetto che fornisce il servizio medesimo.

Tutela dell'utenza

Con sentenze 13 dicembre 2011, nn. 9707 e 9710, il Tar Lazio ha rigettato i ricorsi di RTI e Sky intesi a contestare la legittimità della delibera n. 73/11/CONS, recante il regolamento in materia di indennizzi all'utenza per eventuali disservizi. Il Giudice ha, in primo luogo, riconosciuto la sussistenza, in capo all'Autorità, del potere di determinare la misura degli indennizzi automatici da corrispondersi in sede di definizione delle controversie insorte tra operatori e utenti, e deferite alla sua cognizione alla luce, rispettivamente, dell'art. 2, comma 12, lettera g), legge n. 481 del 1995 (che attribui-

sce espressamente all'Autorità il potere di procedere alla determinazione dei casi di indennizzo automatico) e dell'art. 84 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

Il Tar ha, poi, rilevato che una volta assegnato all'Autorità il compito di adottare procedure extragiudiziali trasparenti, semplici e poco costose, e di prevedere nei casi giustificati un sistema di rimborso o di indennizzo, risulta connaturale "*la competenza a determinare anche i criteri di quantificazione degli indennizzi, da applicare proprio nell'esercizio del potere di decisione sulle controversie*".

Il pronunciamento del Tar ha offerto spunti interessanti anche in ordine alla qualificazione giuridica degli operatori di servizi radiotelevisivi a pagamento, e alla possibilità per l'Autorità di estendere a questi ultimi la disciplina regolamentare in materia di indennizzi.

Sul punto, il giudicante ha escluso che l'attività svolta dall'operatore di servizi televisivi a pagamento possa essere ridotta alla mera fornitura di pacchetti di contenuti, dovendo essa più correttamente qualificarsi come fornitura di servizi ad accesso condizionato, in quanto si sostanzia nella fornitura di sistemi di abilitazione alla visione dei programmi, e dunque in un'attività propedeutica alla fruizione dei contenuti stessi. Ne deriva l'applicazione delle norme del Codice delle comunicazioni elettroniche e delle disposizioni di cui al gravato Regolamento anche gli operatori televisivi a pagamento.

Tali sentenze sono state impugnate dagli operatori Sky ed RTI innanzi al Consiglio di Stato presso il quale pende appello.

Sempre in materia di tutela dell'utenza, è opportuno richiamare la sentenza 5 aprile 2011, n. 2122, con la quale il Consiglio di Stato si è definitivamente pronunciato sulla questione relativa al riconoscimento del credito residuo all'utente che recede o che trasferisce la sua utenza ai sensi dell'art.1, comma 3 della legge n. 40/07, confermando la pronuncia di primo grado con la quale il Tar aveva affermato la legittimità della delibera n. 416/07/CONS.

Segnatamente, il Giudice dell'appello ha confermato la sussistenza dell'obbligo di restituzione del credito residuo, pur in assenza di un'espressa previsione in tal senso, ritenendo tale obbligo una conseguenza diretta ed immediata delle due disposizioni contenute nei commi 1 e 3 dell'art. 1 della legge n. 40 del 2007.

I Giudici di Palazzo Spada hanno altresì rilevato che "*la sopravvivenza del diritto dell'operatore a conservare gli importi residui verrebbe anche ad ostacolare la realizzazione di una concorrenza effettiva sul mercato di riferimento, creando delle barriere alle scelte degli utenti*", dal momento che l'utente che sa di non poter recuperare la parte di traffico non consumato difficilmente abbandonerebbe l'operatore d'origine.

Il Consiglio di Stato ha poi condiviso la decisione del Tar nella parte in cui ha escluso che "*il trattenimento, da parte dell'operatore, del credito residuo potesse ritenersi giustificato dalle spese sostenute per la cessazione del rapporto contrattuale trattandosi di una somma variabile da un massimo (che corrisponde all'intero traffico telefonico acquistato) ad un minimo, mentre gli eventuali costi affrontati dall'operatore sono pressoché fissi*".

Audiovisivo

Tutela del pluralismo

In materia di tutela del pluralismo informativo è intervenuta la sentenza n. 8064 del 19 ottobre 2011, con cui il Tar del Lazio ha disposto l'annullamento della delibera n.

137/10/CSP con la quale è stata archiviata una segnalazione presentata dall'on. Marco Pannella e da altri rappresentanti dell'area radicale per denunciare la presunta violazione, in danno dei medesimi, delle disposizioni in materia di pluralismo dell'informazione recate dagli artt. 3 e 7 del d.lgs. 31 luglio 2005, n. 177 (Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, di seguito anche solo T.u.s.m.a.r.), e dall'Atto di indirizzo della Commissione Parlamentare di vigilanza sulle garanzie del pluralismo nel servizio pubblico radiotelevisivo, dell'11 marzo 2003.

Il Tar si è soffermato in via preliminare sul preteso difetto di legittimazione attiva in capo ai ricorrenti, e ha affermato che tale legittimazione può riconoscersi, tra i diversi ricorrenti, solo all'Associazione politica Marco Pannella in ragione dell'accordo politico pubblico intervenuto, in vista delle elezioni politiche 2008, tra il partito democratico e l'associazione medesima; accordo in virtù del quale sono stati eletti deputati radicali aderenti a tale associazione, i quali sono così entrati a far parte del gruppo del Partito democratico presso la Camera dei deputati come delegazione autonoma. Il provvedimento dell'Autorità è stato censurato, sotto questo profilo, per carenza di motivazione: per il giudice amministrativo, il Garante avrebbe dovuto esplicitare le ragioni della tesi della mancanza di legittimazione.

La delibera è stata censurata, sempre sotto il medesimo profilo del vizio di motivazione, anche in relazione alle modalità con le quali l'Autorità ha calcolato il tempo dedicato agli esponenti dai media ed ha osservato che "[*omissis*] *l'Autorità doveva considerare la fattispecie peculiare e motivare con argomentazioni idonee in ordine alla conclusione che accomunava l'associazione in questione con altri soggetti politici privi di accordi di tale tipo e, quindi, effettivamente privi di esponenti eletti nei Parlamenti nazionale ed europeo, al fine di valutare situazioni "analoghe"* [*omissis*]. *In sostanza, il Collegio rileva la carenza di motivazione in ordine all'indicazione dei criteri seguiti dall'Autorità nel comparare situazioni invece indubbiamente diverse per ragioni oggettive, nel caso di specie attestate dal su ricordato Accordo Politico con il Partito Democratico* [*omissis*]".

Accesso alla piattaforma satellitare

Con sentenza 6 ottobre 2011, n. 7759, il Tar Lazio ha respinto il ricorso dell'operatore Conto Tv avverso la delibera n. 233/09/CONS, avente ad oggetto "*Attività di vigilanza inerente l'ottemperanza della delibera n. 123/06/CONS*", recante, quest'ultima, "*Controversia Edi on Web s.r.l./Sky Italia s.r.l. avente ad oggetto accesso alla piattaforma unica*".

Il Tar ha escluso che dall'esegesi degli Impegni imposti a Sky, quale operatore dominante nel mercato della *pay tv* (a seguito dell'autorizzazione dell'operazione di concentrazione tra le società Newscorp/Telepiù) possa desumersi l'obbligo di stipulare accordi di "Simulcrypt reciproco" con un operatore terzo (nella specie, Conto Tv), e quindi di rendere disponibili i propri contenuti televisivi anche attraverso la piattaforma satellitare tecnologica del terzo operatore accedente alla piattaforma medesima.

Il Giudice di prime cure ha altresì respinto il ricorso incidentale presentato da Sky, condividendo la scelta dell'Autorità di utilizzare quale criterio di ripartizione dei costi comuni relativi alla piattaforma di Sky quello dell'uso effettivo delle relative risorse da parte dell'operatore terzo; è stato dunque disatteso il diverso principio, proposto invece dalla ricorrente, del "beneficio atteso", ai sensi del quale la ripartizione dei costi

comuni sarebbe dovuta avvenire in base ai ricavi incrementali registrati dall'operatore terzo.

Il Tar ha ritenuto meritevoli di accoglimento solo le censure relative alla mancata inclusione nel monte costi comuni dei costi relativi al decoder e alla relativa installazione, trattandosi di costi non recuperabili da Sky, intesi a determinare miglioramenti del servizio di cui beneficia, a tutta evidenza, anche l'operatore Conto Tv in quanto accedente alla Piattaforma digitale.

Avverso tale sentenza sia Conto tv che Sky hanno presentato ricorso in appello, attualmente pendente, per i profili di rispettiva soccombenza.

Tutela dei minori

Con sentenza 4 ottobre 2011, n. 7694, il Tar Lazio ha respinto il ricorso proposto da RTI per l'annullamento della delibera n. 143/06/CSP, con cui l'Autorità ha ravvisato a carico della ricorrente la violazione dell'art. 4, comma 2, lett. b) e dell'art. 34, comma 3, d.lgs. 31 luglio 2005, n. 177, in relazione al par. 2.4 del Codice di autoregolamentazione TV e minori.

A parere dell'adito giudicante, nell'ambito di un equilibrato bilanciamento di principi e valori, tutti meritevoli di protezione, la "tutela dei minori" assume un connotato certamente prevalente rispetto ad altri, che, ancorché altrettanto garantiti, ove confliggenti con la prima devono essere considerati recessivi.

Detta impostazione trova, peraltro, un puntuale riscontro nell'evoluzione normativa in siffatta materia.

Il quadro normativo evidenzia come il legislatore abbia conferito alla tutela degli utenti minori dei mezzi di comunicazione un particolare rilievo, recependo, a tal fine, la dettagliata disciplina contenuta nel Codice di autoregolamentazione, rendendone obbligatoria la puntuale applicazione, e traducendo le regole di comportamento ivi declinate in precisi precetti normativi alla cui violazione è correlato il potere sanzionatori dell'Agcom.

Il Tribunale evidenzia, altresì, che le imprese televisive sono tenute alla osservanza delle regole di comportamento contenute nel Codice di autoregolamentazione, non solo in virtù del preciso impegno assunto dalle medesime in sede di sottoscrizione dello stesso, ma vieppiù a seguito del preciso vincolo giuridico che ha introdotto in tal senso il più volte richiamato art. 34, commi 3 e 4, del d. lgs. 177/2005.

In altri termini, il Codice di autoregolamentazione non costituisce solo lo strumento idoneo a tratteggiare i presidi e le cautele più idonee a preservare l'integrità psicofisica dell'utente minore, ma assurge a testo di riferimento per i doveri e i divieti in esso contenuti, validi anche nei confronti dell'Autorità preposta alla garanzia dell'osservanza di tali norme.

Ordinamento automatico dei canali (Lcn)

In materia di Lcn si segnalano alcune pronunce che hanno condotto all'annullamento parziale della delibera n. 366/10/CONS, recante il Piano di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre.

Con sentenza 26 gennaio 2012, n. 873, il Tar Lazio ha accolto le censure di carattere procedurale mosse al suddetto provvedimento da parte di Sky Italia.

Nel merito, il Tar ha poi censurato il provvedimento impugnato nella parte in cui qualifica i "canali generalisti nazionali" non ex analogici quali canali "tematici", riservando ad essi le posizioni da 21 a 70 (121-170 per il secondo arco di numerazione, e così via). Secondo il giudice di prime cure, la definizione "canali generalisti nazionali" comprende tutti i canali nazionali digitali che diffondono programmi di tipo generalista, qualificati come tali ai sensi della delibera n. 435/01/CONS, senza distinzione tra nuovi entranti ed ex analogici.

In modo strettamente connesso, è stata rilevata l'illegittimità della scomposizione degli archi di numerazione in numerosi "blocchi" e "sottoblocchi", inserendovi categorie non omogenee. In particolare, secondo il Giudice, l'Autorità avrebbe dovuto collocare, in uno o più blocchi consecutivi, tutti i "canali generalisti nazionali", vale a dire sia gli ex analogici che i nuovi entranti. Ciò avrebbe garantito all'utente una più agevole fruizione dell'offerta, non consentita dalla interposizione di un blocco ulteriore, riservato alle emittenti locali (posizioni 10-19), all'interno dei canali generalisti. Il Tar, per converso, ha ritenuto razionale la collocazione dei "principali canali nazionali nelle prime posizioni del telecomando".

Il Tar non ha invece condiviso l'orientamento di Sky volto a stigmatizzare l'avvio delle numerazioni con numeri a tre cifre, invece che ad una. Secondo il Collegio, partire dal numero `100', invece che da `1', avrebbe comportato un ridotto uso di risorse utili, a discapito dell'efficienza del sistema. Nemmeno la censura avverso la disposizione concernente i programmi in differita (cd. +1) ha convinto il Giudice di prime cure. La "posizione analoga" all'interno dei diversi archi, infatti, secondo il Tar costituisce un "principio di replicazione", semplice e razionale, che permette allo spettatore "di memorizzare una ripartizione della numerazione basata sulla iterazione". Sono stati disattesi, altresì, i motivi attinenti alla (ipotetica) restrizione degli scambi di numerazione: come sostenuto dall'Autorità, la norma primaria consente tali scambi soltanto all'interno di uno stesso genere, mentre "se si consentisse agli accordi contrattuali una ridefinizione complessiva (e non limitata a un singolo segmento) di tutto il sistema, verrebbero vanificate in modo irrimediabile le esigenze di programmazione e pianificazione".

Infine (sebbene, per priorità logica, sia stato il primo profilo ad essere esaminato), si evidenzia che il Tar ha ritenuto manifestamente infondata la questione di legittimità costituzionale sollevata in riferimento all'art. 32 Tusmar, per eccesso di delega, ritenendo che l'introduzione dell'ordinamento automatico dei canali all'interno del Testo unico risponda alle indicazioni delle Commissioni parlamentari e sia ricompresa nelle finalità generali indicate dalla direttiva 2007/65/CE.

Con analoghi arresti giurisprudenziali sono stati accolti i ricorsi presentati dal Comitato radio televisioni locali e dal Gruppo europeo di telecomunicazioni s.r.l. (Tar Lazio 29 luglio 2011, n. 6814) e dalla Società Italiana Televisioni s.r.l. (Tar Lazio 1 agosto 2011, n. 6901).

I motivi di accoglimento hanno riguardato, da un lato, la riduzione del termine posto per la consultazione (15 giorni), considerata in contrasto con l'art. 11 del Codice; dall'altro, il riferimento al criterio delle graduatorie Co.re.com., utilizzate – nel corso dell'indagine affidata a un soggetto indipendente esterno, Demoskopea s.r.l. – per definire l'attribuzione della numerazione alle emittenti locali. Tale criterio (cui si è fatto ricorso in sostituzione dei dati Auditel) è stato considerato del tutto estraneo alle indi-

cazioni contenute nell'art. 32 del d.lgs. n. 177/2005, e in particolare al requisito del "rispetto delle abitudini e preferenze degli utenti". Ciò in quanto dette graduatorie vengono predisposte impiegando parametri (quali il fatturato e il numero e la qualità dei dipendenti) "incapaci di fornire alcun lume sulle abitudini degli utenti".

Si evidenzia che proprio su tale aspetto era però intervenuto solo un mese prima il medesimo Tar Lazio (24 giugno 2011, n. 5633), che aveva ritenuto il ricorso alle graduatorie dei Co.re.com. un sistema corretto, in quanto "criterio inequivoco e di facile misurazione".

Con la predetta pronuncia, che si discosta dalle precedenti, il Tar ha però rigettato tutte le doglianze mosse dalla ricorrente Telenorba s.p.a.

In particolare, è stata ritenuta razionale "la scelta dell'Agcom di collocare i principali canali nazionali nelle prime 9 posizioni del telecomando", secondo un disegno generale coerente, considerato del tutto inidoneo a produrre effetti dannosi per le emittenti locali. Inoltre, la pretesa di ricoprire le posizioni precedentemente assunte, in via di fatto, "sul telecomando" (7-9), non è stata minimamente condivisa. A questo riguardo, il Collegio ha ritenuto che i princìpi di cui all'art. 32 d.lgs. n. 177/05 – e, in particolare, la semplicità d'uso – devono "essere tra loro conciliati e raccordati". Pertanto, "il rispetto delle abitudini e delle preferenze degli utenti – che la ricorrente vorrebbe enfatizzare – non può condurre alla meccanica adozione di un criterio di ordinamento dei canali di tipo meramente fattuale, privo di razionalità in quanto basato sulla pedissequa riproduzione della situazione consolidatasi nel sistema delle trasmissioni irradiate con tecnica analogica [...]". È lo stesso cambiamento di tecnologia a imporre un riassetto complessivo.

Infine, due ricorsi proposti da Dada Net s.p.a. e Telemarket s.p.a. sono stati dichiarati inammissibili per sopravvenuto difetto di interesse con sentenze Tar Lazio, rispettivamente, 4 novembre 2011, n. 8459, e 24 novembre 2011, n. 8940: nelle more del giudizio, sulla scorta delle modifiche apportate dalla normativa primaria (d.l. n. 34/2011), l'Autorità ha infatti adottato la delibera n. 353/11/CONS, che, all'articolo all'art. 18, comma 3, ha previsto, da un lato, che l'operatore di rete in ambito locale può fornire servizi di trasmissione e diffusione a fornitori di servizi di media audiovisivi in ambito nazionale, e, dall'altro, che ai fornitori di servizi di media audiovisivi in ambito nazionale trasportati da operatori di rete locali spettano le numerazioni dei canali a diffusione nazionale previste dal Piano, secondo i generi di programmazione ivi previsti.

L'assegnazione alle ricorrenti di nuove posizioni LCN ha dunque indotto le stesse a rinunciare al ricorso. Il Tar, in un caso, ha comunque precisato che "l'adozione della nuova disposizione regolamentare non è idonea ad evidenziare, di per sé, la fondatezza delle censure introdotte dalla parte ricorrente", stigmatizzando altresì il carattere lacunoso della pregressa normativa.

In ogni caso, tutte le pronunce sfavorevoli all'Agcom sono state impugnate, e la loro esecutività è stata sospesa, in sede cautelare, da parte del Consiglio di Stato.

Brevi estratti di cronaca

Con la delibera n. 667/10/CONS, in attuazione della direttiva n. 2007/65/CE (Smav, ora vigente nel testo consolidato di cui alla direttiva 2010/13/UE) e dell'articolo art. 32-*quater* del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, l'Autorità è intervenuta a disciplinare la natura, l'estensione e l'utilizzo di finestre informative

relative a eventi di particolare interesse generale. Si tratta dei cd. "brevi estratti di cronaca", che concernono gli eventi di grande interesse pubblico, sui quali singole emittenti detengano i diritti di esclusiva, consentendone così la divulgazione, sia pure nella forma del breve estratto, da parte di tutte le altre emittenti e, quindi, l'accesso all'intera platea degli utenti del servizio radiotelevisivo.

La citata delibera, disciplinando le modalità concrete di utilizzo delle finestre, ha stabilito, tra l'altro, la loro durata massima, pari a tre minuti.

Con sentenza 10 ottobre 2011, n. 7844, il Tar Lazio ha respinto, sebbene parzialmente, il ricorso proposto da Sky avverso la citata delibera.

In particolare, secondo il Tar l'art. 15 della direttiva n. 2010/13/CE, lungi dal riguardare espressamente e in modo esclusivo l'ipotesi dei rapporti transfrontalieri (in cui l'emittente titolare dei diritti di esclusiva sia stabilita in uno Stato membro diverso da quello in cui siede l'emittente cui viene consentita la diffusione di brevi estratti di accesso), sembra prevedere in maniera generalizzata un diritto di tutte le emittenti, stabilite nell'Unione, di accesso e di diffusione nella forma dei brevi estratti degli eventi di interesse pubblico soggetti a diritti di esclusiva, a prescindere dal fatto che l'emittente titolare dell'esclusiva sieda nel territorio di uno Stato diverso o dello stesso Stato dell'emittente richiedente.

Peraltro, in base ad una interpretazione teleologica, tesa a valorizzare una "*informazione aperta, liberamente accessibile e generalizzata*", "*risulterebbe illogica una limitazione ai soli rapporti fra emittenti che operano in Stati diversi* […], *in quanto solo l'estensione della prescrizione anche ai rapporti interni* […] *garantisce copertura di tutte le fattispecie nelle quali può emergere una esigenza di salvaguardia del diritto dei cittadini dell'Unione ad una informazione agevole, accessibile e piena*". Ne è derivata la declaratoria di manifesta infondatezza della questione di costituzionalità sollevata dalla ricorrente sulla normativa nazionale che ha dato attuazione alla direttiva (art. 32-*quater*, d.lgs. n. 177/2005).

Il Tar, avallando la tesi dell'Agcom, ha anche riconosciuto la differenza strutturale e ontologica tra i programmi di intrattenimento e i programmi informativi, questi ultimi connotati da una "finalità di ordine marcatamente più generale". Le trasmissioni a prevalente caratterizzazione di intrattenimento, infatti, non possono essere assimilate – in aderenza al precetto europeo – al concetto di trasmissioni di informazione generale.

È stato invece accolto il motivo di ricorso attinente alla durata dei brevi estratti. Per il Tribunale, l'art. 15, par. 6, della direttiva (che rimette la disciplina concreta degli estratti agli Stati, "conformemente ai loro sistemi giuridici e alle loro prassi giuridiche") non consente un superamento del limite massimo indicato specificamente nel considerando n. 55 (ai sensi del quale non dovrebbero superarsi i novanta secondi).

Avverso la decisione del Tar Lazio, l'Autorità ha proposto, per i profili di soccombenza, appello al Consiglio di Stato.

Pubblicità

Con ordinanza n. 3639 del 23 aprile 2012, il Tar del Lazio si è pronunciato in via interlocutoria sul ricorso proposto da Sky avverso l'ordinanza ingiunzione adottata dall'Autorità per la violazione dell'art. 38, comma 5, del d.lgs. n. 177/2005, in relazione al superamento dei limiti di affollamento pubblicitario avvenuto in data 5 marzo 2011, nella fascia oraria 21 – 22.

La norma di cui l'Autorità ha fatto applicazione è stata introdotta in attuazione della delega conferita al Governo dall'art. 1 della legge comunitaria 2008 (legge 7 luglio 2009, n. 88), ai fini dell'attuazione della direttiva 2007/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 dicembre 2007, recante modifiche alla direttiva 89/552/CEE del Consiglio relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive.

A parere del Giudice adito, la delega contenuta nella legge comunitaria 2009, come d'uso ai fini del recepimento di direttive comunitarie, si limita a richiamare i principi contenuti nelle direttive stesse, ulteriormente soggiungendo che "*all'attuazione di direttive che modificano precedenti direttive già attuate con legge o con decreto legislativo si procede, se la modificazione non comporta ampliamento della materia regolata, apportando le corrispondenti modificazioni alla legge o al decreto legislativo di attuazione della direttiva modificata*" e che "*nella predisposizione dei decreti legislativi si tiene conto delle eventuali modificazioni delle direttive comunitarie comunque intervenute fino al momento dell'esercizio della delega*" (art. 2, comma 1, e lett. e) ed f) dello stesso comma, legge n. 88/2009, cit.).

Il Collegio, al fine di stabilire se la disciplina di cui si verte rientri nel "fuoco" della delega legislativa, ha reputato pertanto necessario rimettere alla Corte di Giustizia dell'Unione europea, ai sensi dell'art. 267 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea, la seguente questione interpretativa: "*la novella legislativa introdotta con il decreto c.d. "Romani", non troverebbe base alcuna né nella legge nazionale di delega, né, tantomeno, nelle norme comunitarie di riferimento. Infatti il decreto in questione è stato adottato in attuazione delle delega contenuta nell'art. 26 della legge comunitaria 2008 (legge 7 luglio 2009, n. 88), la quale, a sua volta, è stata conferita al fine di dare attuazione alla direttiva comunitaria 2007/65/CE sui servizi di media audiovisivi. Tali fonti, però, non dispongono alcunché circa i tetti di affollamento pubblicitario da applicarsi nei confronti delle emittenti televisive a pagamento*".

Il rinvio si è reso necessario in quanto, sebbene sussista un discreto numero di pronunce relative all'interpretazione della direttiva 89/552/CEE (c.d. "televisioni senza frontiere"), la specifica questione non è mai stata affrontata dalla Corte, né sembra ad essa applicabile la giurisprudenza esistente.

È stato altresì rilevato che la normativa comunitaria applicabile non ha un contenuto di evidenza tale da non dare adito a nessun ragionevole dubbio sulla soluzione da dare alla questione sollevata.

Editoria

La trasparenza degli assetti proprietari

In materia di editoria, rilevanti attività procedurali, condotte dall'Autorità nel corso del 2010 per verificare il rispetto della legge n. 416/1981, sono sfociate in altrettanti ricorsi giurisdizionali.

Con la delibera n. 63/11/CONS, l'Autorità, avendo formalmente rilevato che la società Editoriale Libero era assoggettata al controllo di Finanziaria Tosinvest (in maniera occulta, almeno dal 2006) – contrariamente a quanto comunicato al Roc – e non della Fondazione San Raffaele, ha adottato un'ordinanza-ingiunzione per la violazione delle norme poste a presidio della trasparenza degli assetti proprietari delle imprese esercenti attività editoriali.

La citata delibera ha altresì precluso al soggetto sanzionato la possibilità di fruire dei contributi all'editoria di cui alla legge n. 250/1990: il Dipartimento per l'informazione e l'editoria presso la Presidenza del Consiglio dei ministri ha infatti annullato i decreti con i quali era stata autorizzata l'erogazione di contributi per l'editoria in favore di Edizioni Riformiste per gli anni 2006, 2007, 2008, 2009.

Avverso il predetto provvedimento hanno presentato ricorso giurisdizionale il soggetto sanzionato, nonché Editoriale Libero ed Edizioni Riformiste (questi ultimi, pur non essendo diretti destinatari del provvedimento, ne hanno lamentato gli effetti riflessi, in relazione alla disciplina sui controlli e alle erogazioni dei contributi).

I vizi sollevati erano sia di natura formale (in particolare, le modalità di votazione in Consiglio), che sostanziale (l'insussistenza di situazioni di controllo e collegamento tra le imprese interessate).

Con tre sentenze gemelle, il Tar Lazio (24 novembre 2011, nn. 9283, 9284 e 9285) ha accolto tutti i ricorsi, sebbene solo sotto il profilo procedurale, in quanto sono state sostanzialmente stigmatizzate la modalità di voto utilizzate in seno al Consiglio dell'Agcom e volte all'adozione del provvedimento impugnato.

Nella sentenza emessa su uno dei tre ricorsi (sentenza n. 9285/2011) è stato poi accolto anche il motivo con cui il ricorrente lamentava la violazione del diritto di difesa, "*non essendo stato ammesso ad esprimere personalmente e direttamente le sue argomentazioni innanzi al Plenum, nonostante lo avesse chiesto espressamente*".

Avverso le tre pronunce sopra riportate, l'Autorità ha proposto appello al Consiglio di Stato, che "*previa riunione degli stessi, li accoglie e per l'effetto, in riforma delle sentenze di primo grado, respinge i ricorsi originariamente proposti dagli odierni appellati*" (dispositivo di sentenza n. 2182/2012).

Organizzazione e funzionamento dell'Autorità

Attività di riscossione delle sanzioni

In materia di riscossione delle sanzioni, particolare interesse riveste la decisione del 23 maggio 2011, n. 161, con cui il Tribunale di Rimini ha chiarito che l'efficacia dell'ordinanza ingiunzione emessa nei confronti di una società di capitali poi estinta può estendersi nei confronti del suo liquidatore *ex* art. 2495 c.c. solo ove sussista una responsabilità di quest'ultimo. Tale responsabilità deve essere accertata in un apposito giudizio di cognizione (incentrato sull'esistenza dei presupposti indicati dalla disposizione codicistica, presupposti ulteriori e diversi rispetto a quelli che fondano la responsabilità della società), non sussistendo l'estensione automatica degli effetti del giudicato nei confronti dei terzi, propria dei rapporti tra società di persone e singoli soci.

Sempre in materia di riscossione delle sanzioni si evidenzia, per la rilevanza della questione trattata, anche la sentenza 8 febbraio 2012, n. 130, con cui il Tribunale civile di Frosinone ha ritenuto che l'art. 2560, secondo comma, c.c., in tema di debiti relativi all'azienda ceduta, si applica anche all'Autorità, in quanto, con riferimento alle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate da quest'ultima, non esiste una disposizione derogatoria applicabile in luogo della citata disposizione codicistica. Il medesimo Tribunale ha poi dichiarato l'insussistenza del diritto dell'Autorità ad agire esecutivamente nei confronti della società cessionaria dal momento che, secondo condivisibile giu-

risprudenza di legittimità, l'iscrizione del debito nei libri contabili costituisce elemento costitutivo della responsabilità dell'acquirente ed è pertanto onere del creditore provare l'iscrizione del debito nei propri confronti, a nulla rilevando l'eventuale conoscenza *aliunde* delle passività da parte dell'acquirente.

Natura dell'Autorità

Il Consiglio di Stato, con ordinanza 29 aprile 2011, n. 1831, nel respingere l'appello proposto da Codacons avverso l'ordinanza cautelare del Tar del Lazio n. 179/2011, concernente la nomina – da parte del Senato della Repubblica – di un componente dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, si è pronunciato sulla sindacabilità di un atto promanante dalle Assemblee legislative.

Il Supremo Consesso della magistratura amministrativa ha ritenuto sussistente la giurisdizione del giudice amministrativo, atteso che le attribuzioni del Senato in merito alla nomina del componente dell'autorità indipendente provengono da una norma di legge ordinaria, e come tale estranea alle attribuzioni costituzionali del Senato; e che la funzione svolta è di carattere sostanzialmente amministrativo.

Significative pronunce si sono avute, in particolare, sul fronte del riconoscimento delle prerogative di indipendenza e autonomia del Garante, con particolare riguardo alla sua autonomia economica e finanziaria.

Emblematici in questo senso sono le pronunce del Consiglio di Stato in sede consultiva, mediante i pareri n. 1334/11 (sull'ambito soggettivo di applicazione del decreto legislativo n. 150/2009) e n. 385/2012 (sui limiti di assoggettabilità dell'Autorità all'obbligo di restituzione delle economie di gestione di cui al d.l. n. 78/2010, cd. legge Tremonti), che hanno evidenziato le ampie prerogative di autonomia anche economica e finanziaria dell'Autorità.

Con sentenza 11 gennaio 2012, n. 226 il Tar del Lazio ha accolto il ricorso proposta dall'Autorità avverso l'Elenco ISTAT 2011, recante l'indicazione delle Amministrazioni pubbliche inserite nel conto economico consolidato e individuate ai sensi dell'art. 1, comma 3, legge 31 dicembre 2009 n. 196, nella parte in cui la inserisce fra le suddette Amministrazioni nonostante, nella sua qualità di Autorità amministrativa indipendente, essa provveda con proprie entrate e in misura quasi totale (98%) alla copertura dei costi afferenti l'attività svolta, senza quindi fruire di alcun contributo a carico della finanza pubblica ed incidente sul bilancio dello Stato.

Il Tar si diffonde profusamente sulla natura giuridica dell'Autorità e sulla sua autonomia finanziaria, rilevando che condizione necessaria, e sotto molti aspetti sufficiente, perché un organo amministrativo possa essere qualificato, anche in contrasto con la denominazione assegnatagli dalla legge istitutiva, Autorità amministrativa indipendente, è che esso disponga di "piena autonomia e indipendenza di giudizio e di valutazione"; si richiede, in sostanza, che non sia soggetto ad alcun potere governativo di indirizzo, direttivo e di controllo.

Al fine di verificare se nei confronti della ricorrente sia individuabile un organo sopraordinato, legittimato ad esercitare il controllo nei sensi richiesti dal legislatore comunitario, è ininfluente che il potere di nomina dei suoi organi di vertice spetti al Governo. Si tratta di circostanza dalla quale non può ragionevolmente farsi discendere una posizione di dipendenza dell'Autorità rispetto al soggetto al quale deve la sua investitura e che quindi potrebbe riservarsi di controllare di fatto la sua attività.

Secondo il Tribunale è parimenti fondata la censura afferente all'autonomia finanziaria di cui gode la ricorrente Autorità, che si manifesta con la capacità di provvedere con le proprie entrate a fronteggiare per intero le spese sostenute per l'attività svolta; manca dunque il presupposto che in coerenza con le finalità perseguite giustifichi il suo inserimento nell'elenco Istat, e cioè la sussistenza di un costo per la finanza pubblica e per il bilancio dello Stato che va contenuto.

L'autonomia finanziaria della ricorrente, le fonti dalle quali discendono le sue entrate (*id est* i contributi ad essa obbligatoriamente versati dagli operatori dei settori da essa regolati), la possibilità di intervenire per garantirne nel tempo la corrispondenza alle uscite sono tutti elementi legislativamente fissati, e, quindi, incontestabili.

Segue da ciò che non è configurabile una spesa che la finanza pubblica possa in futuro essere costretta a sopportare per assicurare il pareggio di bilancio della ricorrente, atteso che a questo fine l'Autorità è già stata fornita dal legislatore di strumenti che consentono di provvedere in via autonoma.

Di qui la conclusione che il criterio di calcolo imposto dal legislatore comunitario e per libera scelta recepito dall'ISTAT, calcolo fondato esclusivamente sul rapporto fra spesa complessiva ed entrate proprie, è nel caso in esame ampiamente soddisfatto.

Avverso la sentenza del Tar l'ISTAT ha proposto appello, con istanza cautelare. Il relativo giudizio si è concluso con l'ordinanza del Consiglio di Stato n. 856/1012 di rigetto dell'istanza sospensiva in ragione, tra l'altro, delle riconosciute garanzie di indipendenza dell'Autorità dal potere esecutivo e della sua provvista finanziaria sostanzialmente autonoma.

Giurisprudenza comunitaria

Nel periodo dal 1° aprile 2011 al 30 aprile 2012 sono intervenute rilevanti pronunce anche in ambito comunitario, ove – pur nell'ambito di contenziosi che non hanno sempre visto l'Autorità coinvolta nel giudizio – sono stati sanciti alcuni principi inerenti all'attività istituzionale dell'Autorità che meritano di essere in questa sede riportati.

Diritto d'autore

Particolare interesse rivestono le decisioni della Corte di giustizia nelle cause C-70/10 e C-360/10, rispettivamente del 24 novembre 2011 e del 16 febbraio 2012, in materia di tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica.

Il Giudice comunitario ha rilevato la contrarietà al diritto dell'Unione europea dell'ordine giudiziale che imponga a un fornitore di accesso a internet o ad un prestatore di servizi di *hosting* di predisporre un sistema di filtraggio di tutte le informazioni che transitano o che siano temporaneamente memorizzate sui server di detti operatori, anche mediante programmi *peer-to-peer*, quando tale sistema si applichi indistintamente a tutta la clientela, a titolo preventivo, a spese esclusive dell'intermediario e senza limiti nel tempo, al fine di identificare *file* contenenti opere musicali, cinematografiche o audiovisive coperte da diritti di proprietà intellettuale, onde bloccare il trasferimento e la messa a disposizione del pubblico di *file* il cui scambio pregiudichi il diritto d'autore.

La Corte ha, altresì, precisato che il giudice nazionale, nell'imporre a un intermediario la messa a punto di sistemi di filtraggio delle informazioni, deve garantire il giu-

sto equilibrio tra il diritto di proprietà intellettuale, da un lato, e la libertà d'impresa, il diritto alla riservatezza e la libertà di ricevere informazioni, dall'altro.

Connessa al tema della tutela del diritto d'autore è anche la sentenza del 12 luglio 2011, C 324/09, con la quale la Corte ha statuito che l'art. 14, n. 1, della direttiva 2000/31/CE («direttiva sul commercio elettronico»), che esclude la responsabilità del prestatore di servizi per le informazioni memorizzate, deve essere interpretato nel senso che esso si applica al gestore di un mercato *online* qualora non abbia svolto un ruolo attivo che gli permetta di avere conoscenza o il controllo sui dati memorizzati. La Corte ha altresì precisato che detto gestore svolge un ruolo attivo ogniqualvolta presta un'assistenza che consiste nell'ottimizzare la presentazione delle offerte in vendita o nel promuoverle. Ne deriva che quando il gestore abbia svolto un ruolo attivo nel senso indicato la sua prestazione rientra nell'ambito di applicazione dell'art. 14, n. 1, della direttiva citata, e pertanto esso non potrà avvalersi dell'esonero dalla responsabilità previsto nella suddetta disposizione qualora sia stato al corrente di fatti o circostanze in base ai quali un operatore diligente avrebbe dovuto constatare l'illiceità delle offerte in vendita di cui trattasi e, nell'ipotesi in cui ne sia stato al corrente, non abbia prontamente agito conformemente al n. 1, lett. b), del suddetto art. 14.

Servizi media audiovisivi

In tema di comunicazioni commerciali, vanno segnalate la sentenza 9 giugno 2011, causa C-52/10, con la quale la Corte di giustizia ha escluso che l'esistenza di un compenso o di un'altra forma di pagamento costituisca elemento necessario per poter ritenere provato il carattere intenzionale di una pubblicità clandestina; nonché la sentenza 24 novembre 2011, causa C-281/09. In quest'ultima la Corte di giustizia ha giudicato in contrasto con la normativa comunitaria la legge spagnola che riconduce alla categoria residuale di "altre forme di pubblicità", in quanto tale sottoposta a limiti di affollamento orario differenti, i filmati pubblicitari, le telepromozioni, gli spot pubblicitari di sponsorizzazione e i micro-annunci pubblicitari, vale a dire forme di comunicazione commerciale che per le loro caratteristiche (breve durata, inserimento tra un programma e l'altro, etc.) sono assimilabili alla nozione di "spot pubblicitari" per i quali è previsto il rispetto del limite orario del 20%.

Merita di essere richiamata anche la sentenza del 28 luglio 2011, C-403/10 P, nella quale la Corte ha confermato la sentenza del Tribunale di primo grado (T-177/07) che ha dichiarato incompatibili con il mercato comune i contributi concessi ai consumatori dall'Italia, nel 2004 e nel 2005, al fine di consentire l'acquisto o l'affitto di *decoder* digitali interattivi per la ricezione di programmi tramite la tecnologia digitale terrestre o via cavo, e ciò in ragione del fatto che detti contributi escludono i *decoder* che consentono la ricezione di programmi televisivi diffusi via satellite.

Di particolare interesse appare poi la sentenza 4 ottobre 2011, cause riunite C 403/08 e C 429/08, con la quale la Corte di giustizia ha giudicato incompatibile con il diritto dell'Unione la normativa inglese che vieta specificamente l'importazione, la vendita e l'utilizzo di *decoder* stranieri per la visione di contenuti televisivi in ragione di una clausola di esclusiva territoriale. Ad avviso dell'Organo di giustizia comunitario, siffatta restrizione violerebbe la libertà di prestazione dei servizi nell'ambito del mercato interno e non sarebbe giustificabile atteso che "…una siffatta compartimentazione ed una tale differenza artificiosa di prezzi che ne consegue sono inconciliabili con lo scopo essenziale del Trattato, consistente nella realizzazione del mercato interno".

Diritti ed oneri applicabili alle imprese titolari di autorizzazioni generali

In materia di diritti ed oneri applicabili alle imprese titolari di autorizzazioni generali, la Corte è intervenuta con la sentenza del 21 luglio 2011, causa C-284/10, affermando che l'art. 6 della direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 10 aprile 1997, 97/13/CE, relativa ad una disciplina comune in materia di autorizzazioni generali e di licenze individuali nel settore dei servizi di telecomunicazione, deve essere interpretato nel senso che non osta alla normativa di uno Stato membro che istituisce una tassa a carico dei titolari di autorizzazioni generali, calcolata annualmente in base ai redditi di esercizio lordi degli operatori ad essa soggetti e destinata a coprire i costi amministrativi connessi alle procedure di rilascio, di gestione, di controllo e di attuazione di tali autorizzazioni, purché il gettito complessivo di detta tassa ottenuto dallo Stato membro non ecceda il totale di tali costi amministrativi, circostanza che spetta al giudice del rinvio verificare.

Servizio informazione elenco abbonati

Da ultimo, nella sentenza 5 maggio 2011, causa C 543/09, la Corte ha precisato che l'art. 25, n. 2, della direttiva 2002/22/CE (direttiva «servizio universale») deve essere interpretato nel senso che non osta ad una normativa nazionale che imponga alle imprese che assegnano numeri di telefono agli utenti finali l'obbligo di mettere a disposizione delle imprese la cui attività consiste nel fornire elenchi telefonici e servizi di consultazione accessibili al pubblico non solo i dati relativi ai propri abbonati, ma anche quelli di cui esse dispongono relativi agli abbonati di imprese terze.

L'Autorità: rapporti istituzionali e organizzazione

4.1. I rapporti istituzionali

4.1.1. I rapporti internazionali

Il ruolo dell'Autorità nel contesto internazionale

Nel periodo di riferimento, la matrice regolamentare comunitaria e la fortissima incidenza delle dinamiche di mercato internazionali – da sempre tratti caratterizzanti la missione e l'operato dell'Autorità – hanno messo in evidenza un cambio di paradigma.

Sotto il profilo istituzionale, la riforma comunitaria del quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche del 2009 ha provveduto a formalizzare il profilo istituzionale multi-livello delle Autorità nazionali di regolamentazione, da più parti autorevolmente segnalato come tratto qualificante del settore.

Il potere di indirizzo e scrutinio della Commissione europea e la cooperazione regolamentare tra Autorità nazionali si sono infatti cristallizzati, ad opera della riforma del 2009, in un modello di *governance* settoriale particolarmente innovativo.

La nuova normativa comunitaria, pur in continuità con le linee portanti del quadro del 2002, innova in profondità il disegno istituzionale posto in essere dal legislatore europeo; in particolare, la creazione dell'Organismo europeo dei regolatori delle comunicazioni elettroniche (BEREC, secondo l'acronimo inglese di *Body of European Regulators for Electronic Communications*) ha fornito un riconoscimento istituzionale al potere consultivo collettivo dei regolatori nazionali nei confronti delle Istituzioni europee.

Per altro verso, le direttive di settore[154], così come modificate nel 2009[155], hanno introdotto nuovi strumenti per la promozione dell'armonizzazione regolamentare in Europa, ampliando tra l'altro i poteri di controllo della Commissione europea nei confronti dei regolatori nazionali. A tale proposito, si segnala come il termine per il recepimento dell'*acquis communautaire* settoriale sia intervenuto il 25 maggio 2011 e come gli Stati membri siano chiamati ad applicare le nuove disposizioni comunitarie a decorrere dal 26 maggio; il ritardo italiano nel processo di trasposizione, completato nel maggio 2012, ha comportato l'apertura di una procedura di infrazione da parte dell'esecutivo europeo (sulla quale, si rinvia alla ricostruzione dettagliata del quadro normativo di riferimento, di cui al capitolo 2.3).

Un'impostazione analoga, ancorché con un profilo istituzionale meno marcato, è stata seguita in ambito comunitario in materia di servizi postali (recentemente assegnati dal legislatore nazionale alla competenza dell'Autorità); in tale contesto, opera il Gruppo dei Regolatori Europei per i Servizi Postali - ERGP, istituito con decisione della Commissione europea[156].

154 Si tratta delle seguenti direttive: direttiva 2002/19/CE (direttiva accesso); direttiva 2002/20/CE (direttiva autorizzazioni); direttiva 2002/21/CE (direttiva quadro); direttiva 2002/22/CE (direttiva servizio universale).

155 Le direttive sono state modificate dalla direttiva 2009/136/CE (recante modifica della direttiva 2002/22/CE, della direttiva 2002/58/CE e del regolamento (CE) n. 2006/2004) e dalla direttiva 2009/140/CE (recante modifica delle direttive 2002/21/CE, 2002/19/CE e 2002/20/CE).

156 Decisione 2010/C 217/07.

Una progressiva armonizzazione delle dinamiche regolamentari è ravvisabile, infine, anche nel comparto dell'audiovisivo, pur nel rispetto delle prerogative riconosciute ai singoli Stati membri dal vigente quadro normativo di settore. I recenti sviluppi relativi alle attività del Gruppo di alto livello dei regolatori testimoniano l'attenzione della Commissione verso un coordinamento delle analisi tecniche dei regolatori nazionali su temi di interesse comune.

In stretta connessione con gli sviluppi istituzionali in sede comunitaria, in direzione del potenziamento del mercato interno mediante l'introduzione di meccanismi di cooperazione regolamentare, occorre d'altro canto segnalare la naturale spinta armonizzatrice insita nelle dinamiche di mercato dei settori di competenza dell'Autorità; si pensi alle sfide regolamentari poste dai nuovi modelli di business realizzati da fornitori di contenuti ed applicazioni (i cd. *Over The ToP*), in relazione ai tradizionali mercati delle comunicazioni elettroniche e dell'audiovisivo; all'esigenza di rafforzare gli strumenti di tutela dei consumatori, con particolare riguardo alle nuove problematiche di neutralità della rete; al contributo che i regolatori sono chiamati a fornire per il perseguimento degli obiettivi di promozione di investimenti in reti di accesso di nuova generazione fissati dall'Agenda digitale europea.

In coerenza con le dinamiche di mercato e istituzionali sopra descritte, l'Autorità ha riconosciuto una rilevanza sempre maggiore alla dimensione internazionale, e ha ulteriormente rafforzato il presidio qualificato di tutti i principali fora internazionali di settore. Una concreta testimonianza di tale impegno è fornita, tra l'altro, dai numerosi incarichi di coordinamento assegnati all'Autorità nei vari consessi internazionali: nel periodo in esame, l'Autorità ha assicurato, nella persona del Presidente Corrado Calabrò, la presidenza dello *Euro-Mediterranean Network of Regulators* (EMERG), e tuttora partecipa al Segretariato permanente della piattaforma; ricopre per la seconda volta l'incarico di presidenza del Gruppo per la politica dello spettro radio (RSPG); assicura la presidenza di vari gruppi di lavoro BEREC. Nel settore audiovisivo, l'Autorità detiene la vice-presidenza della *European Platform of Regulatory Authorities* (EPRA).

Infine, grazie all'ampia esperienza maturata nell'ambito dei progetti europei di gemellaggio, l'Autorità ha potuto continuare a garantire un'intensa partecipazione a vari progetti, risultando aggiudicataria di nuovi bandi, in consorzio con altre istituzioni europee.

Le comunicazioni elettroniche

Nel periodo di riferimento, il nuovo modello istituzionale comunitario di cooperazione regolamentare, costituito dal BEREC e dall'Ufficio di supporto (di seguito, l'Ufficio), ha completato il processo di *start up* ed è passato nella fase di operatività.

L'Ufficio ha conseguito la piena autonomia operativa nel settembre 2011; tale evento è stato celebrato nel corso di una solenne cerimonia, svoltasi nel mese di ottobre a Riga, alla presenza del Presidente e del Primo Ministro lettoni, del Commissario europeo per l'Agenda Digitale, Neelie Kroes, e del Presidente del BEREC per il 2011. In parallelo, sono proseguite le procedure per il reclutamento del personale.

Per quanto riguarda i compiti istituzionali del BEREC, il nuovo quadro regolamentare di riferimento ha innovato profondamente la natura e le modalità di cooperazione regolamentare, imponendo un salto di qualità nell'impegno collettivo profuso dai regolatori nazionali in seno al nuovo organismo.

In continuità con l'esperienza pregressa in ambito ERG, il BEREC ha innanzitutto sviluppato analisi e prodotto opinioni, posizioni comuni e rapporti sui nuclei tematici definiti dal Programma di lavoro annuale: nel periodo di riferimento, le riflessioni del BEREC si sono concentrate sui temi del *roaming* internazionale (in vista dell'adozione di un nuovo Regolamento comunitario), della tutela del consumatore (soprattutto alla luce delle emergenti questioni di neutralità della rete) e della regolamentazione delle reti di accesso di nuova generazione (NGAN). Con riferimento al primo dei temi citati, il BEREC ha svolto un'intensa attività sul fronte del monitoraggio e della raccolta dei dati relativi ai servizi di *roaming* mobile internazionale[157] e ha lavorato sulle proposte della Commissione concernenti il nuovo Regolamento di settore, approvando nell'agosto 2011 un documento di analisi tecnica dei contenuti dell'iniziativa legislativa[158], ed elaborando un rapporto recante una valutazione aggiornata circa i costi associati alla fornitura dei servizi di *roaming* all'ingrosso[159].

Nell'ambito della seconda area tematica, il BEREC ha, in primo luogo, approvato una serie di documenti di studio e di individuazione di buone prassi riguardanti il tema della neutralità della rete; si tratta delle Linee Guida sul ruolo degli obblighi di trasparenza al fine di assicurare la neutralità della rete[160] e del rapporto relativo agli obblighi di qualità del servizio a tutela di un uso neutrale della rete[161], documento che fornisce un inquadramento della nuova norma di cui all'art. 22.3 della direttiva servizio universale; il BEREC sta continuando a lavorare su entrambi i temi in vista dell'adozione di Linee Guida sul tema delle procedure per l'eventuale imposizione di obblighi minimi di qualità del servizio da parte dei regolatori nazionali e del monitoraggio dell'attuazione delle Linee Guida del BEREC in tema di trasparenza e neutralità della rete.

Sempre con riguardo all'esplorazione degli strumenti di promozione del benessere del consumatore, il BEREC ha adottato un rapporto concernente le strategie per la promozione della banda larga[162] e continua a seguire le evoluzioni del dibattito in corso in sede comunitaria in tema di Servizio Universale.

Infine, sui temi della promozione degli investimenti in reti di accesso di nuova generazione, il BEREC – in continuità con il lavoro di analisi in tema di sviluppo e regolamentazione di reti NGA già svolto in passato – ha adottato un rapporto concernente l'implementazione della Raccomandazione della Commissione sull'accesso regolamentato alle reti NGA[163] e sta per approvare un rapporto relativo agli elementi da considerare nel quadro di una valutazione concorrenziale nei mercati dell'accesso, in presenza di accordi di co-investimento in reti NGA.

157 BEREC International Roaming Compliance Report, BoR (11) 22 final, Maggio 2011 e International Roaming BEREC Benchmark Data Report, January 2011-June 2011, BoR (11) 51, Ottobre 2011.

158 BEREC Analysis of the European Commission's Proposal for a Regulation on Roaming COM (2011) 402 of 6 July 2011, Agosto 2011.

159 BEREC Analysis of Wholesale Roaming Costs, BoR (12) 14, 23 Febbraio 2012.

160 BEREC Guidelines on Transparency in the scope of *Net neutrality*: Best practices and recommended approaches, BoR (11) 67 del Dicembre 2011.

161 A framework for Quality of Service in the scope of *Net neutrality*, BoR (11) 53 dell'8 Dicembre 2011.

162 BEREC Broadband Promotion Report, BoR (12) 13, del 23 Febbraio 2012.

163 BEREC Report on the Implementation of the NGA-Recommendation, BoR (11) 43, dell'ottobre 2011.

In relazione alla individuazione dei temi che potranno costituire oggetto dei prossimi Programmi di lavoro, si segnala che il BEREC ha adottato, nel febbraio 2012, una *Medium-Term Strategy*, finalizzata a individuare tematiche strategiche e possibili soluzioni per un rafforzamento della *governance*, al fine di aumentare l'efficacia operativa dell'Organismo in un'ottica temporale di medio-lungo periodo.

L'efficace implementazione della *Medium Term Strategy* potrà contribuire al successo dell'innovativa architettura istituzionale e potrà assumere rilievo anche nel quadro delle attività di valutazione, parallelamente svolte in seno alla Commissione, in ordine ai risultati conseguiti ed alle modalità operative poste in essere dal BEREC (i cui esiti sono attesi entro gennaio 2013).

Inoltre, come già menzionato, nel periodo considerato è intervenuto il termine per il recepimento nazionale delle nuove direttive europee; già prima dell'adozione dei provvedimenti nazionali di trasposizione, erano peraltro divenute esecutive, tra le altre, le norme di cui agli articoli 7 e 7 bis della direttiva Quadro[164], così come modificata dalla direttiva 2009/140/CE, recanti sostanziali novità nel processo di definizione degli obblighi regolamentari a livello nazionale[165].

In virtù della nuova disciplina regolamentare, il BEREC, a partire dal dicembre 2011, ha esercitato a pieno titolo il proprio ruolo consultivo nei confronti della Commissione europea e delle Autorità Nazionali di Regolamentazione, in relazione ai casi nei quali l'Esecutivo europeo ha ritenuto di sollevare seri dubbi circa la compatibilità dei provvedimenti proposti dai regolatori nazionali con il quadro regolamentare di settore e con gli obiettivi del mercato interno.

L'attività in questione rappresenta, in un'ottica di armonizzazione, il cuore delle competenze del BEREC, e si è presto rivelata particolarmente sfidante, in ragione del numero di casi aperti dalla Commissione europea e del conseguente impegno richiesto alle Autorità nazionali (le quali forniscono gli esperti per l'elaborazione delle Opinioni del BEREC) e all'Ufficio (il quale svolge funzioni di supporto in questo ambito).

In tale contesto, mette conto sottolineare il forte coinvolgimento dell'Autorità nei gruppi di lavoro tecnici istituiti al fine di elaborare le opinioni qualificate del BEREC in relazione ai casi di seri dubbi sollevati dalla Commissione; ad oggi l'Autorità detiene il record di partecipazione a tali gruppi da parte di propri esperti, che hanno attivamente contribuito alle attività di merito sovente in qualità di *rapporteur*.

Infine, in applicazione del nuovo ruolo consultivo riconosciuto dalla direttiva quadro, il BEREC ha provveduto a elaborare opinioni e documenti di posizione in merito a vari filoni di riforma o implementazione del quadro normativo di riferimento, tra i quali meritano una menzione la risposta ai questionari della Commissione in tema di contabilità dei costi[166] e di applicazione dell'obbligo di non-discriminazione di cui all'art. 10

164 Direttiva 2002/21/CE.

165 Si ricorda che, ai sensi delle nuove disposizioni, la Commissione europea ha acquisito il potere di sollevare seri dubbi anche in ordine alle proposte di obblighi regolamentari elaborate dai regolatori nazionali. Nell'ambito del complesso procedimento regolamentare, il BEREC è incaricato di fornire un'opinione alla Commissione (che è a sua volta tenuta a tenere l'opinione nella massima considerazione) in tutti i casi in cui quest'ultima esprima seri dubbi di compatibilità delle misure nazionali con *l'acquis communautaire* settoriale, sia ai sensi dell'art. 7 che dell'art. 7 bis della direttiva quadro.

166 *BEREC response to the Commission's Questionnaire on costing methodologies for key wholesale access prices in electronic communications, BoR (11) 65, del 9 dicembre 2011.*

della direttiva accesso e interconnessione[167] (entrambi in vista della elaborazione di rispettive Raccomandazioni della Commissione in materia); la raccolta di informazioni presso gli operatori nazionali circa le pratiche di gestione del traffico (ai sensi dell'art. 21.3 della direttiva servizio universale); i contributi forniti lungo tutto il percorso di revisione del Regolamento sul *roaming* internazionale[168]; l'opinione relativa alla Comunicazione della Commissione sul Servizio Universale[169].

In tale contesto, l'Autorità ha continuato a svolgere un ruolo di primo piano, assicurando funzioni di coordinamento sia in relazione alle attività di consolidamento dell'architettura istituzionale e organizzativa del BEREC, sia in una serie di filoni d'attività di merito riguardanti lo sviluppo del Programma di lavoro e lo svolgimento del ruolo consultivo nei confronti delle istituzioni comunitarie.

In particolare l'Autorità, mediante la presidenza del gruppo di lavoro "Implementazione", ha coordinato le attività di messa a punto delle procedure necessarie a garantire la piena operatività del BEREC e dell'Ufficio; alla prova delle prime esperienze applicative, le procedure attuative degli articoli 7 e 7 bis della direttiva Quadro si sono dimostrate in grado di consentire al BEREC di svolgere con tempestività ed efficacia il proprio ruolo consultivo nel quadro del processo regolamentare europeo; tali procedure sono attualmente in corso di revisione e, con esse, il gruppo "Implementazione" sta valutando anche l'opportunità di apportare eventuali modifiche al Regolamento del Comitato dei Regolatori.

Nel periodo in esame l'Autorità ha inoltre assicurato funzioni di coordinamento del Gruppo BEREC "Contabilità regolatoria" (il quale ha giocato un ruolo fondamentale nell'ambito della recente iniziativa della Commissione sui costi dei servizi di accesso) e del Gruppo congiunto "BEREC-RSPG", le cui attività sono descritte di seguito.

L'impegno dell'Autorità si è inoltre concentrato su ulteriori linee di attività previste dal Programma di lavoro del BEREC per il 2011 e per il 2012.

In particolare, con il coordinamento dell'Autorità, è stato elaborato il rapporto del BEREC concernente i fattori di ordine giuridico e amministrativo che ostacolano la fornitura transfrontaliera di servizi di connettività *business*; il lavoro ha suscitato peraltro l'interesse della Commissione europea, la quale ha chiesto al BEREC di svolgere ulteriori approfondimenti.

L'Autorità ha svolto inoltre un ruolo di primo piano nell'ambito delle attività BEREC afferenti alla tematica dei mercati transnazionali, con particolare attenzione al tema dell'accessibilità *cross-border* delle risorse di numerazione in Europa.

Parallelamente al ruolo di coordinamento rivestito in alcuni Gruppi di lavoro, occorre inoltre ricordare che l'Autorità ha continuato a garantire, per tutto il periodo in esame, un costante presidio di tutti i Gruppi in cui si articola il BEREC, mediante l'attiva partecipazione da parte dei propri esperti a tutte le attività attinenti agli stessi.

---

167 *BEREC's answer to the Commission's Questionnaire on non-discrimination*, BoR (11) 64, del 9 dicembre 2011.

168 *Per il primo contributo del BEREC al processo di revisione, v. BEREC Response to the European Commission 'Public Consultation on a Review of the Functioning of Regulation (EC) No 544/2009 (the "Roaming Regulation")'; per i successivi input forniti dal BEREC nel periodo in esame, v. note 157-159.*

169 *BEREC Input and Opinion on Universal Service*, BoR (12) 25.

Il Gruppo per la politica dello spettro radio (RSPG, secondo l'acronimo inglese di *Radio Spectrum Policy Group*)[170], ha come membri le Autorità nazionali competenti per la gestione dello spettro radio; in ragione della distribuzione nazionale di competenze, l'Autorità affianca il Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento Comunicazioni – nella delegazione italiana presso l'RSPG.

L'RSPG ha il compito di fornire consulenza strategica alla Commissione europea, al Parlamento europeo e al Consiglio UE su questioni di politica dello spettro radio e sul coordinamento europeo delle misure attuative. I pareri e i rapporti dell'RSPG sono adottati a fronte di richieste specifiche da parte delle istituzioni europee, ovvero in quanto specificamente previsti dal Programma di lavoro annuale.

Alla fine del 2011, l'Autorità è stata designata alla presidenza del Gruppo per il biennio 2012-2013; tale rilevante incarico è stato assegnato all'Autorità per la seconda volta, facendo seguito al precedente mandato di presidenza del 2010, a testimonianza del prestigio internazionale di cui l'Autorità gode sui temi della gestione dello spettro radio.

Nel periodo considerato dalla presente relazione, l'RSPG si è occupato di temi di rilevanza strategica in materia di spettro radio mediante una serie di pareri e rapporti; tra essi, si segnalano il rapporto sulla condivisione dello spettro e delle infrastrutture nelle reti mobili e *wireless* (in cooperazione con il BEREC); il parere sulla "*review*" dell'uso dello spettro (ai sensi della Decisione del Parlamento e del Consiglio europei sul programma politico dello spettro); il rapporto sull'uso collettivo dello spettro ed altre modalità di condivisione; il rapporto sul miglioramento della copertura a larga banda; il rapporto sul valore economico e sociale dello spettro (anch'esso in cooperazione con il BEREC); il parere sul processo di assistenza comunitaria nelle negoziazioni fra Paesi membri e tra questi ultimi e Paesi extracomunitari in materia di coordinamento internazionale.

Una particolare menzione merita il parere sul processo di assistenza comunitaria per i Paesi che presentano eventuali problemi di coordinamento sia con Paesi non EU che con Paesi Membri. Tale meccanismo può diventare strategico per favorire accordi transfrontalieri, ad esempio nelle bande televisive, miranti ad ottenere mutui benefici rispetto ad una applicazione standard degli accordi internazionali, e quindi per promuovere l'uso sempre più efficiente dello spettro e lo sviluppo delle nuove tecnologie.

Il Gruppo ha inoltre approvato, dopo una consultazione pubblica europea, il Programma di lavoro per il biennio 2012-2013. Il Programma innova rispetto al passato, in quanto individua i macro-temi di riferimento e demanda a specifici documenti di progetto il dettaglio delle attività e la pianificazione temporale nelle varie macro-aree. Tale meccanismo mira ad aumentare la flessibilità operativa del Gruppo, consentendo di modificare le priorità o il focus delle attività in corso d'opera.

Oltre ad aver gestito le attività connesse agli incarichi di vice-presidenza (fino alla fine del 2011) e di presidenza (dall'inizio del 2012), l'Autorità ha partecipato attivamente a tutti i Gruppi di lavoro costituiti per la realizzazione del Programma, contribuendo alla predisposizione dei testi e coordinando la definizione della posizione nazionale con il Ministero dello sviluppo economico.

170 Istituito dalla Decisione della Commissione n. 2002/622/EC, emendata dalla Decisione n. 2009/978/EC.

Tra le attività internazionali svolte dall'Autorità nel settore delle comunicazioni elettroniche, una particolare menzione spetta inoltre all'impegno profuso in seno all'*Euro-Mediterranean Network of Regulators* (EMERG), piattaforma di cooperazione tra le Autorità di regolamentazione dei Paesi che si affacciano sul Mediterraneo.

Costituito sotto gli auspici della Commissione europea, l'EMERG promuove un approccio coordinato ai principali temi regolamentari di settore (tenendo in particolare considerazione i principi del modello regolamentare comunitario), mediante scambi di informazioni e forme di assistenza bilaterale tra regolatori.

L'Autorità è stata, da sempre, fortemente impegnata nella promozione di progetti di collaborazione regolamentare nell'area mediterranea ed è stata tra i promotori della costituzione, nel 2008, dell'EMERG. A concreta riprova di tale impegno, il Presidente Calabrò ne ha assunto la presidenza per l'anno 2011, in una fase di cruciale importanza per le prospettive istituzionali e organizzative della piattaforma.

In occasione della riunione plenaria tenutasi a Roma il 28 gennaio 2011, all'approssimarsi del termine del programma comunitario di finanziamento NATP 3 (*New approaches to telecommunications 3*), l'EMERG ha dato mandato all'Autorità di prendere contatti con la Commissione europea per verificare la possibilità e le condizioni per una eventuale estensione del finanziamento comunitario e, in parallelo, di elaborare proposte organizzative in grado di assicurare l'operatività della piattaforma, anche attraverso un maggiore impegno gestionale da parte dei suoi membri.

In ossequio al mandato ricevuto e operando in stretto coordinamento con i partner della piattaforma e gli uffici della Commissione, l'Autorità ha quindi predisposto una bozza di piano strategico e di statuto recanti, rispettivamente, la definizione degli obiettivi dell'EMERG sia per il breve che per il medio termine e un nuovo disegno organizzativo interno, nell'ambito del quale si segnala la creazione di un Segretariato permanente, costituito da rappresentanti delle Autorità e incaricato di fornire supporto organizzativo alla presidenza di turno. L'obiettivo delle proposte messe a punto dall'Autorità è di rafforzare l'efficacia operativa della piattaforma mediante la promozione di una più stretta collaborazione tra i membri e, allo stesso tempo, sollecitare un ulteriore supporto finanziario da parte della Commissione Europea. Tanto lo statuto quanto il documento strategico sono stati approvati dall'Assemblea plenaria tenutasi a Cairo nel gennaio 2012, nel corso della quale l'AGCOM è stata anche nominata membro del Segretariato permanente dell'EMERG.

Sono inoltre proseguite la collaborazione nell'ambito della piattaforma dei regolatori del Centro-Sud America – REGULATEL (di cui l'Autorità è membro osservatore), nonché la partecipazione attiva al gruppo di lavoro dell'OCSE sulle politiche per le infrastrutture e i servizi di comunicazioni (CISP), in coordinamento con le Amministrazioni nazionali competenti.

Come ogni anno, l'Autorità ha assicurato la propria partecipazione alla delegazione nazionale presso il Comitato per le Comunicazioni (CoCom), incaricato di fornire assistenza alla Commissione europea nell'esercizio dei propri poteri esecutivi.

Nel periodo di riferimento, tra i principali temi discussi, si segnalano l'ambito ed il finanziamento del Servizio Universale (in relazione al quale la Commissione ha presentato una bozza di Raccomandazione, finalizzata a fornire chiarimenti interpretativi circa la possibilità di includere i servizi a banda larga nell'alveo del servizio universale); le modalità applicative dei nuovi strumenti normativi introdotti dalla riforma del 2009 al fine di impedire il degrado del servizio e la limitazione, ovvero il rallentamento del traffico di rete da parte degli operatori (sul tema, è attualmente

all'esame del Comitato la procedura di notifica alla Commissione delle misure che le Autorità nazionali sono abilitate ad adottare ai sensi dell'art. 22.3 della direttiva servizio universale); i criteri per l'attivazione di nuove numerazioni in decade "116"; lo stato di attuazione del numero unico di emergenza 112 nell'UE e le problematiche connesse.

Il CoCom ha proseguito inoltre nelle attività di raccolta dati sul livello di penetrazione dei servizi a banda larga in Europa, la ricognizione periodica sulle notifiche di misure regolamentari nazionali effettuate dalle Autorità competenti e il monitoraggio circa lo stato di recepimento nei singoli Stati membri del nuovo quadro legislativo europeo di settore.

L'Autorità ha continuato ad assicurare la partecipazione ai lavori del Comitato Radio Spettro (RSC)[171], incaricato della definizione di misure di implementazione tecnica in materia di radio spettro. Le responsabilità dell'RSC sono state recentemente ampliate ad opera della direttiva 2009/140/EC e, successivamente, sulla base del primo programma pluriennale di politica dello spettro radio, approvato con Decisione del Parlamento e Consiglio europei del 14 marzo 2012 n. 243/2012/UE.

In ragione del menzionato riparto nazionale di competenze, per l'Italia partecipano al Comitato l'Autorità e il Ministero dello Sviluppo Economico – Dipartimento Comunicazioni.

Le principali questioni trattate dal Comitato nel periodo di riferimento hanno riguardato, tra l'altro, l'aggiornamento annuale della Decisione quadro in materia di armonizzazione dell'uso dello spettro per apparati radio a corto raggio SRD (*Short Range Device*); la revisione della regolamentazione per l'uso delle bande per sistemi SRR (*Short Range Radar*) a bordo degli autoveicoli; l'avvio delle attività per la revisione della Decisione circa l'uso della banda 169 MHz per sistemi a corto raggio; l'avvio della revisione della normativa tecnica ai fini dell'introduzione della neutralità tecnologica nelle bande UMTS a 2100 MHz. Sono stati inoltre previsti l'aggiornamento delle regole di procedura che presiedono al funzionamento del Comitato stesso – in linea con le modifiche del Trattato – e l'avvio della discussione circa la prossima introduzione dello *Spectrum Inventory*, come previsto dal nuovo programma politico dell'Unione.

Sempre in materia di radio-spettro, l'Autorità ha affiancato i Ministeri dello sviluppo economico e della difesa nella delegazione italiana alla Conferenza Mondiale delle Radiocomunicazioni (WRC-12) dell'ITU (Unione internazionale delle telecomunicazioni, organizzazione specializzata dell'ONU in materia di comunicazioni elettroniche), tenutasi a Ginevra dal 23 gennaio al 17 febbraio 2012 e finalizzata all'aggiornamento del Regolamento internazionale delle radiocomunicazioni.

Uno degli argomenti di maggiore interesse affrontati nella WRC-12 ha riguardato gli impieghi dello spettro per i servizi mobili terrestri, e in particolare per le esigenze future delle tecnologie della famiglia IMT (*International Mobile Telecommunication*), all'interno della quale rientra l'LTE (*Long Term Evolution*). Nell'ambito delle risoluzioni finali adottate, le posizioni comuni europee e con esse la posizione italiana, sono state ampiamente soddisfatte.

171 Istituito dalla decisione n. 676/2002/CE.

L'audiovisivo

Nel periodo di riferimento, il processo di recepimento nazionale della direttiva sui servizi di media audiovisivi (SMAV) è stato pressoché completato e il dibattito a livello comunitario si è concentrato sulle problematiche di tipo applicativo. A tal riguardo, la Commissione europea ha avviato contatti con gli Stati membri, al fine di fugare possibili punti di contrasto tra le disposizioni nazionali e quelle comunitarie.

Di tali aspetti si è discusso approfonditamente nel corso delle riunioni del Comitato di contatto, istituito presso la Commissione dalla medesima direttiva, al quale l'Autorità ha continuato a partecipare insieme al Ministero dello sviluppo economico.

In particolare, la riunione del 24 maggio 2011 si è focalizzata su alcuni aspetti rivelatisi particolarmente problematici in fase di recepimento, quali l'applicazione dei criteri per l'individuazione della giurisdizione competente; le norme di contrasto all'incitamento all'odio; la disciplina dell'inserimento di prodotti e le norme in materia di tutela dei minori. In vista del primo rapporto sull'applicazione della direttiva SMAV, le singole delegazioni sono state anche coinvolte in un dettagliato processo ricognitivo sui diversi ambiti regolamentati.

Nella successiva riunione del 23 novembre 2011 la Commissione ha dato conto del possibile avvio di procedure di infrazione nei confronti di un certo numero di Stati membri, passando in rassegna gli ambiti che hanno dato evidenza di maggiori criticità. Nel corso di tale riunione, il Comitato ha anche espresso parere positivo sulla lista degli eventi di maggiore rilevanza sociale, approvata dall'Autorità con delibera n. 425/11/CONS e trasmessa per notifica secondo le procedure stabilite dalla medesima direttiva. A seguito di tale parere positivo, la Commissione ha quindi approvato la lista con separata decisione (sulla quali si veda il paragrafo 3.2.2.8.).

Sempre a livello comunitario, ha continuato a riunirsi il Gruppo di alto livello dei regolatori che, nella riunione del 15 novembre 2011, ha affrontato le problematiche regolamentari connesse alla *connected/hybrid TV* (in vista della costituzione di un apposito Gruppo di lavoro) ed esaminato i risultati degli studi commissionati dalla Commissione europea in materia di indipendenza delle Autorità di regolazione (INDIREG) e di promozione della produzione europea nel quadro delineato dalla nuova direttiva. In tale occasione, si è anche discusso di una prossima revisione della Comunicazione interpretativa sulla pubblicità, adottata dalla Commissione nel 2004, che non appare più pienamente in linea con le nuove previsioni in materia di comunicazioni commerciali.

Il 15 febbraio 2012 si è tenuta la riunione di insediamento del Gruppo di lavoro sulla *connected tv*, in seno al Gruppo di alto livello dei regolatori. In tale sede si è discusso degli aspetti economici e tecnologici connessi ai principi del mercato interno e dei profili legati alla tutela dei consumatori dei servizi offerti dagli operatori cd. *over-the-top*.

L'Autorità ha, inoltre, continuato a svolgere un ruolo attivo nell'ambito dell'EPRA, la piattaforma europea dei regolatori dell'audiovisivo, di cui continua a detenere la vice-presidenza. In linea con quanto stabilito nel Programma di lavoro per il 2011, nelle due riunioni plenarie tenutesi a Ohrid, dal 25 al 27 maggio 2011, e Bruxelles, dal 5 al 7 ottobre 2011, sono stati approfonditi due filoni di indagine, rispettivamente in tema di aspetti regolamentari connessi alla diffusione di contenuti audiovisivi su nuovi media e di implicazioni che la nuova direttiva è suscettibile di avere sull'attività dei regolatori.

In ordine al primo tema, la riunione di Ohrid è stata dedicata all'individuazione dei servizi che rientrano nel campo di applicazione della direttiva SMAV, mentre quella di Bruxelles ai criteri relativi all'individuazione della giurisdizione competente nel contesto dei servizi a richiesta. Per quanto riguarda il secondo, a Ohrid sono stati approfonditi gli aspetti relativi all'indipendenza e alla *governance* delle Autorità, mentre la riunione di Bruxelles è stata dedicata alle attività di monitoraggio. Nel corso di entrambe le riunioni si sono tenuti gli incontri del gruppo di lavoro sul *product placement*; inoltre, come tematiche specifiche di approfondimento, sono state affrontate a Ohrid la radio digitale e il dividendo digitale e a Bruxelles la televisione digitale e la tutela dei minori.

È proseguita la partecipazione dell'Autorità ai lavori del *ReseauMed - Réseau des instances de régulation méditerranéennes.* Il 24 e 25 novembre 2011 l'Autorità maltese di regolamentazione del settore audiovisivo ha ospitato a La Valletta la 13esima riunione della piattaforma. Tra i temi centrali sella sessione, si segnala la discussione sul ruolo strategico della cooperazione in materia di regolamentazione dei servizi di media audiovisivi nello scenario politico-economico dell'area nord africana. In tale contesto, è emerso come il compito del MNRA, nell'attuale situazione di instabilità dell'area, possa essere quello di contribuire al potenziamento delle istituzioni democratiche, attraverso la promozione dei valori comuni ed il consolidamento istituzionale delle Autorità di settore.

Un risultato estremamente significativo della riunione è stato rappresentato dall'adozione di una Dichiarazione sui *reality shows*. Sulla scorta della Dichiarazione sui contenuti audiovisivi adottata a Reggio Calabria nel 2008, sotto la presidenza dell'AGCOM, le Autorità partecipanti hanno sancito il proprio impegno ad avviare un dialogo con operatori ed utenti circa gli strumenti di tutela attivabili in favore delle fasce di pubblico più deboli, a garanzia del rispetto della dignità umana all'interno dei *reality shows*. Nell'ambito delle iniziative promosse dalla presidenza maltese per il miglioramento della comunicazione tra i membri del *Reseau*, l'Autorità ha partecipato ai progetti di aggiornamento del sito web e alla creazione della newsletter online.

Dall'autunno 2011, l'Autorità partecipa infine, in qualità di *strategic partner,* al progetto SEE Digi-TV, finanziato dalla Commissione europea e volto a stabilire una piattaforma transnazionale di regolatori, al fine di rendere più efficace e coordinata la digitalizzazione del settore radiotelevisivo nell'area dell'Europa centro-meridionale (SEE) e dei Balcani occidentali.

Il settore postale

Con la direttiva 2008/6/CE, il legislatore europeo ha completato la riforma comunitaria dei servizi postali iniziata nei primi anni novanta ed ha avviato definitivamente i relativi mercati ad un regime concorrenziale.

In attuazione della predetta direttiva, il legislatore italiano ha dapprima istituito[172] l'Agenzia nazionale di regolamentazione del settore postale; successivamente, con il c.d. "Decreto Salva Italia"[173], le competenze di tale Agenzia sono state trasferite all'Au-

172 Decreto n. 58/2011 pubblicato nella Gazzetta Ufficiale del 29 aprile 2011.

173 D.lgs 6 dicembre 2011 n. 201 "Disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici", convertito in legge il successivo 22 dicembre (l. n. 214/2011).

torità per le garanzie nelle comunicazioni. L'opportunità del conferimento all'Autorità delle competenze di regolamentazione e vigilanza nei mercati postali era stata evidenziata dal Presidente Calabrò nell'ambito della Segnalazione a Governo e Parlamento del 19 febbraio 2010, anche in considerazione dell'opportunità di assicurare un disegno istituzionale coerente con l'assetto prevalente in ambito europeo (per un'ampia trattazione relativa alla disciplina del settore postale in Italia, v. cap. 3.3).

Come sopra menzionato, i processi di armonizzazione e di costituzione di meccanismi comunitari di raccordo istituzionale tra regolatori di settore investono anche il mercato dei servizi postali; in tale ambito, nell'ottica del potenziamento del mercato interno dei relativi servizi, la Commissione europea ha istituito nel 2010 il Gruppo dei Regolatori Europei per i Servizi Postali (ERGP).

L'Autorità, a valle dell'assegnazione delle nuove competenze, ha immediatamente notificato all'ERGP la propria adesione al Programma di lavoro per l'anno 2012, assicurando nel contempo la propria attiva partecipazione ai gruppi di lavoro nei quali l'ERGP si articola (contabilità regolatoria, calcolo del costo netto del Servizio Universale, soddisfazione degli utenti, prodotti transfrontalieri, condizioni di accesso all'ingrosso), ai fini della diffusione di modelli regolamentari comuni.

I rapporti bilaterali e i progetti di gemellaggio

Nel corso dell'anno di riferimento, l'Autorità ha partecipato a vari progetti di gemellaggio amministrativo promossi dalla Commissione europea[174].

Nell'aprile 2011 si è concluso il progetto di gemellaggio a favore dell'Autorità egiziana (NTRA) che, avviato nell'ottobre 2008, ha visto AGCOM cooperare con il regolatore tedesco (BNetzA). Il progetto, che avrebbe dovuto durare 24 mesi (giungendo al termine nel novembre 2010), ha avuto una estensione di 120 giorni per consentire lo sviluppo di alcuni temi originariamente non previsti nel contratto (tra cui, dividendo digitale, *Type approval* e MVNO), ed é poi stato sospeso a causa dei rivolgimenti sociopolitici dei mesi di gennaio-marzo 2011 in Egitto.

I risultati raggiunti dal progetto hanno consentito alla NTRA di portare a termine la prima *market analysis* del settore delle telecomunicazioni egiziano, di disegnare una *road map* per la transizione dal regime delle licenze a quello autorizzatorio, di applicare i primi modelli di costo per lo *shared access* ed il *bitstream*, nonché di predisporre i regolamenti per una più efficace tutela dei consumatori, per una attività sanzionatoria trasparente e per il reperimento di informazioni dagli operatori. Come lo stesso Presidente della NTRA ha dichiarato nella conferenza conclusiva, il regolatore egiziano ha adesso a disposizione un vasto numero di strumenti per assicurare in futuro la regolamentazione della concorrenza nel settore della telefonia mobile e la promozione della tutela del consumatore e delle associazioni di categoria.

Nel periodo in esame, sono inoltre proseguite le attività relative al progetto di gemellaggio iniziato in data 26 febbraio 2011 con il Ministero delle comunicazioni israeliano, cui l'Autorità partecipa quale membro di un consorzio costituito anche dal rego-

174 I gemellaggi amministrativi, o *Institutional Twinning*, sono strumenti adottati dalla Commissione europea a partire dalla fine degli anni '90 per promuovere l'armonizzazione, da parte delle istituzioni degli Stati beneficiari, della normativa e delle *best practices* degli Stati Membri aggiudicatari dei progetti.

latore spagnolo (CMT), sotto la guida del regolatore tedesco (BNetzA). Il progetto è destinato a concludersi nel giugno del 2012 e si propone di fornire un supporto specifico al Ministero israeliano nella prevista fase di revisione del quadro regolamentare di settore, per un ulteriore adattamento di quest'ultimo all'*acquis communautaire* settoriale, con particolare riferimento alla regolamentazione ed alla promozione della concorrenza nei mercati all'ingrosso. Le aree specifiche su cui si è concentrata l'attività dell'Autorità riguardano primariamente la regolazione dei mercati *wholesale* – con particolare attenzione all'accesso alle NGN-, l'attività risolutiva di controversie e la tutela dei consumatori, nonché la predisposizione di un sistema di *data collection* che consentirà al Ministero israeliano di raccogliere ad intervalli predeterminati dagli operatori i dati necessari per monitorare gli sviluppi del mercato e svolgere una più efficace attività regolamentare.

In ultimo, alla fine del 2011 ha preso avvio il gemellaggio con la *Telecommunications Regulatory Commission* (TRC) della Giordania, della durata prevista di 21 mesi e del valore di 1,4 milioni di euro. AGCOM partecipa ad un consorzio costituito da varie istituzioni pubbliche francesi (tra cui si segnalano i regolatori dell'audiovisivo CSA e delle telecomunicazioni ARCEP) ed il regolatore spagnolo CMT.

L'obiettivo strategico del progetto è di allineare il quadro normativo e regolamentare giordano a quello dell'Unione Europea, contribuendo in tal modo alla crescita in senso concorrenziale dei mercati delle comunicazioni elettroniche, all'indipendenza della TRC ed al pieno sviluppo delle capacità operative di quest'ultima. Le aree specifiche su cui dovrebbe concentrarsi il rapporto di collaborazione vertono su cinque componenti: definizione di un approccio regolamentare allo sviluppo di reti di nuova generazione; implementazione di rimedi specifici e revisione della regolamentazione esistente; pianificazione e gestione delle frequenze in vista del processo di digitalizzazione, relativo quadro di attribuzione dei titoli abilitativi e modalità di impiego del dividendo digitale; promozione di un regime regolamentare compatibile con il quadro comunitario recentemente modificato (compreso un focus sui servizi convergenti e sulla regolamentazione dei contenuti audiovisivi); autenticazione e firma elettronica. L'Autorità partecipa a tutte le componenti ed ha la responsabilità di coordinamento della quarta componente.

Al momento della redazione del presente rapporto, il progetto è in fase di *start up*: dopo la fase di "*Initial assessment*", nella quale i partner europei hanno raccolto documenti e normativa relativi al settore delle comunicazioni elettroniche in Giordania, AGCOM ha già avviato l'analisi del regime concessorio in uso nel Paese, con l'obiettivo di predisporre una *road map* per l'approssimazione al regime di autorizzazioni generali adottato dalla UE, e ha completato la prima fase dell'analisi relativa all'indipendenza del regolatore giordano, tema destinato ad acquistare grande rilevanza in vista dell'attesa modifica della legge sulle comunicazioni giordana).

Sulla base della proficua esperienza maturata, nel febbraio 2012 l'Autorità ha provveduto al rinnovo fino al 2015 dell'accordo bilaterale di collaborazione con il regolatore delle comunicazioni elettroniche del Marocco – ANRT – ed ha stabilito contatti in vista di un primo incontro tecnico da tenersi nel secondo semestre del 2012 sui seguenti temi: condivisione delle infrastrutture; sviluppo della tecnologia LTE; rinnovo dell'accordo di collaborazione; transizione al digitale terrestre; cloud computing e roaming internazionale.

Nel periodo di riferimento, inoltre, l'Autorità ha ospitato i seguenti incontri bilaterali:

a) incontro con la *Independent Media Commission* del Kosovo (IMC); organizzato dalla Missione OSCE a Pristina, ha avuto luogo nel novembre 2011 e si è focalizzato su alcuni temi afferenti alla regolamentazione dei contenuti audiovisivi; tra questi, il *copyright*, la digitalizzazione del settore audiovisivo, la pianificazione e la gestione delle frequenze nonché il rilascio dei relativi diritti d'uso, l'implementazione della direttiva AVMS ed il monitoraggio delle trasmissioni televisive;

b) visita dell'*Information and Communication Technologies Authority* della Turchia; finanziata con fondi del programma TAIEX dell'Unione Europea, è avvenuta dal 30 novembre al 2 dicembre 2011 ed ha visto gli esperti delle due autorità scambiarsi opinioni sull'evoluzione e la regolamentazione dei mercati delle comunicazioni elettroniche; in particolare, gli incontri hanno riguardato la disciplina dei mercati dell'accesso alle reti fisse, dei mercati dell'interconnessione, dei mercati NGAN, dei servizi di interconnessione VOIP, della *number portability* e delle migrazioni dei consumatori tra gli operatori, della *net neutrality*;

c) visita di una delegazione del regolatore coreano; svoltasi nel febbraio 2012, ha riguardato la regolamentazione italiana del processo di *mobile number portability*;

d) visita di una delegazione del regolatore libanese; tenutasi nel novembre 2011, si è incentrata sui provvedimenti regolamentari adottati dall'Autorità in tema di accesso e interconnessione;

e) visita di una delegazione dell'Autorità indonesiana, nel settembre 2011; ha riguardato la disciplina italiana e le competenze dell'Autorità in tema di regolamentazione delle numerazioni e dei servizi a sovrapprezzo.

4.1.2. I rapporti con le istituzioni nazionali e con il Ministero dello sviluppo economico

Nel corso del periodo di riferimento, è continuata l'attività di collaborazione dell'Autorità con altre istituzioni nazionali, nell'ambito delle rispettive competenze e in ossequio al principio di leale cooperazione che ispira i rapporti istituzionali.

I rapporti con il Governo e il Parlamento

Nel corso del 2011, e nei primi mesi del 2012, l'interlocuzione con gli organi costituzionali ha avuto regolare svolgimento e ha riguardato temi di preminente interesse per il settore delle comunicazioni e per lo sviluppo del Paese.

In occasione della presentazione dello schema di decreto legislativo recante attuazione della direttiva sui servizi postali 2008/6/CE, l'audizione del Presidente Calabrò del 25 gennaio 2011 segnalava alcune criticità in relazione alle scelte organizzative e funzionali, che hanno successivamente incontrato il favore del Governo con il cosiddetto "decreto salva Italia" (D.L. 6 dicembre 2011, n. 201).

Inoltre, si menzionano, tra le diverse occasioni di confronto avute nel periodo di riferimento, le due audizioni parlamentari del Presidente in materia di diritto d'autore, volte ad illustrare le scelte operate dall'Autorità a seguito della pubblicazione di proposte di intervento e allo svolgimento di consultazioni pubbliche (più diffusamente trattate al par. 3.2.2.9).

In diverse circostanze, l'Autorità ha altresì esercitato il potere di segnalazione ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c) della legge 249 del 1997, al fine di sollecitare il Governo e Parlamento circa l'adozione di misure e interventi considerati necessari per sostenere la crescita e l'occupazione nei mercati delle comunicazioni. È il caso della "Segnalazione in tema di liberalizzazioni e crescita: un'agenda digitale per l'Italia", presentata al Governo e al Parlamento nel gennaio 2012, nella quale si proponeva l'adozione di un'agenda digitale per l'Italia in grado di governare la modernizzazione del Paese instradandola sulle reti e i servizi di nuova generazione. Nella segnalazione si auspicava all'adozione documento programmatico e operativo che, attraverso precise politiche e adeguati strumenti, indicasse una *road map* per raggiungere gli obiettivi dell'Agenda digitale comunitaria. A tal fine, l'Autorità aveva altresì proposto l'istituzione di una cabina di regia gestita dal Ministro dello sviluppo economico che coordini e renda trasparente l'azione dei vari attori coinvolti (Governo, Regioni, Enti locali, Autorità). Le proposte dell'Autorità hanno in parte avuto seguito. La Cabina di Regia per l'Agenda Digitale Italiana (ADI) è stata istituita il primo marzo con decreto del Ministro dello sviluppo economico di concerto con il Ministro per la pubblica amministrazione e la semplificazione, il Ministro per la coesione territoriale, il Ministro dell'istruzione, dell'università e della ricerca e il Ministro dell'economia e delle finanze e il sottosegretario alla Presidenza del Consiglio dei ministri.

Il potere di segnalazione è stato, peraltro, esercitato in relazione a una varietà di temi. Nel febbraio 2011, la "Segnalazione al Governo e al Parlamento circa il recepimento dette nuove direttive comunitarie afferenti al settore delle comunicazioni elettroniche", formulava osservazioni in merito alla tempistica dell'iter di recepimento e al ruolo dell'Autorità. Nel settembre 2011, infine, la "Segnalazione al Governo e al Parlamento circa la non estendibilità della cd. Robin tax alle società operanti nel settore delle telecomunicazioni e le misure per la crescita che possono scaturire dal settore" ha affrontato le questioni di compatibilità con il quadro normativo europeo delle comunicazioni elettroniche di alcune misure proposte decreto-legge n. 138 del 3 agosto 2011.

Gli atti di sindacato ispettivo

Sono stati prontamente forniti gli elementi, utili per rispondere a numerosi atti di sindacato ispettivo, richiesti nella gran parte dei casi dal Ministero dello sviluppo economico e dalla Presidenza del Consiglio. I principali temi oggetto di tali atti sono stati: problematiche connesse al passaggio al digitale terrestre, in particolare, al piano di assegnazione delle frequenze; la riserva di un terzo dei programmi irradiabili all'emittenza televisiva locale; la regolamentazione del piano di numerazione automatica dei canali della tv digitale terrestre in chiaro e a pagamento; la valutazione del Sistema integrato delle comunicazioni così come approvata dall'Autorità; questioni connesse al rinnovo del contratto di servizio tra la Rai e il Ministero delle attività produttive, anche con riferimento alla rappresentazione della donna in televisione; la distribuzione delle risorse pubblicitarie all'interno del mercato televisivo; la tutela del pluralismo politico istituzionale sulle reti televisive; la limitazione alla partecipazione in imprese editrici di giornali quotidiani imposta ai soggetti esercenti l'attività televisiva; la assegnazione dei diritti calcistici televisivi; la regolamentazione dei servizi di media audiovisivi lineari o radiofonici su altri mezzi di comunicazione elettronica e la fornitura di media audiovisivi a richiesta; i disservizi connessi alla migrazione su rete fissa e mobile; i collegamenti ADSL, la tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica.

Pareri resi all'Autorità garante della concorrenza e del mercato in merito alle operazioni di concentrazione e alle fattispecie di abuso di posizione dominante

Nell'ambito della collaborazione istituzionale con l'Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM), l'Autorità, nello svolgimento delle competenze di cui all'art. 1, comma 6, della legge 249 del 1997, ha reso all'istituzione *antitrust* pareri in merito alle operazioni di concentrazione, alle fattispecie di abuso di posizione dominante e ai casi di intese restrittive della concorrenza riguardanti operatori del settore delle comunicazioni.

In particolare, nel periodo compreso tra aprile 2011 e marzo 2012, il numero totale dei casi su cui l'Autorità è stata chiamata a rendere un parere è stato pari a 50 (48 operazioni di concentrazione, un caso di abuso di posizione dominante e un caso di intesa restrittiva della concorrenza), come evidenziato nella Tabella 4.1.

Tabella 4.1. *Pareri resi all'Autorità garante della concorrenza e del mercato*

N.PARERE	TIPOLOGIA	ARRIVO	PARTI	DELIBERA
C10991	Costituzione impresa comune tra RCS Media Group e Editoriale Domus	08/04/2011	RCS Media Group s.p.a. e Editoriale Domus	235/11/CONS
C11004	Acquisto del controllo esclusivo	11/04/2011	News Corporation Shine Limited	236/11/CONS
C11009	Acquisto del controllo	18/04/2011	Hearst Communication Hachette Rusconi	266/11/CONS
C11035	Acquisizione controllo esclusivo	26/04/2011	Mondadori s.p.a. Mondadori Rodale s.p.a.	267/11/CONS
I734	Guida remunerazioni e tariffe 2009/2010 per operatori pubblicitari	10/05/2011		314/11/CONS
C11047	Acquisto di un ramo d'azienda	13/05/2011	Elemedia s.p.a. Radio Dimensione Suono s.p.a.	313/11/CONS
C11080	Acquisto di un ramo d'azienda	16/06/2011	Monradio s.r.l. RBC s.r.l.	381/11/CONS
C11090	Acquisto di un ramo d'azienda	16/06/2011	Gruppo Finelco-Virgin Radio Italy s.p.a. Mediatech s.r.l.	380/11/CONS
C11109	Acquisto del controllo esclusivo	01/07/2011	F2i S.g.r. s.p.a. Metroweb s.p.a.	442/11/CONS
C11076	Acquisto del controllo esclusivo	09/06/2011	TLC Commercial Services s.r.l. 4G Holding s.p.a.	399/11/CONS
C11115	Acquisto di un ramo d'azienda	11/07/2011	Monradio s.r.l. Radio Padania Soc.Coop.	443/11/CONS
C11120	Controllo esclusivo	11/07/2011	BT Italia s.p.a. BT Enìa Telecomunicazioni s.p.a.	444/11/CONS

N.PARERE	TIPOLOGIA	ARRIVO	PARTI	DELIBERA
C11268	Acquisizione in permuta di un ramo d'azienda	17/10/2011	Telecom Italia Media Broadcasting s.r.l. Teleradio Regione s.r.l.	577/11/CONS
A422		02/11/2011	Sky Italia Auditel	629/11/CONS
C11297	Affitto di un ramo d'azienda	08/11/2011	H3G s.p.a. Gallerie Commerciali Italia s.p.a.	627/11/CONS
C11307	Affitto di un ramo d'azienda	08/11/2011	H3G s.p.a. Virgilio s.p.a.	628/11/CONS
C11205	Acquisto del controllo esclusivo	11/11/2011	Elettronica Industriale s.p.a. Digital Multimedia Technologies s.p.a.	649/11/CONS
C11343	Affitto di un ramo d'azienda	30/11/2011	H3G s.p.a. Cosmo s.p.a.	691/11/CONS
C11361	Affitto di un ramo d'azienda	02/12/2011	H3G s.p.a. La Fontana Campiglione s.r.l.	692/11/CONS
C11390	Acquisto di un ramo d'azienda	21/12/2011	Elemedia Monradio s.r.l.	8/12/CONS
C11420	Affitto di un ramo d'azienda	05/01/2012	H3G s.p.a. ICOM s.r.l.	30/12/CONS
C11414	Affitto di un ramo d'azienda		H3G s.p.a. Arcobaleno commerciale	26/12/CONS
C11419	Affitto di un ramo d'azienda	05/01/2012	H3G s.p.a. Immobiliare Grande Distribuzione Società di Investimento Immobiliare Quotata s.p.a.	29/12/CONS
C11415	Affitto di un ramo d'azienda	05/01/2012	H3G s.p.a. Gallerie Commerciali Italia s.p.a.	27/12/CONS
C11416	Affitto di un ramo d'azienda	05/01/2012	H3G s.p.a. Gallerie Commerciali Italia s.p.a.	28/12/CONS
C11431	Affitto di un ramo d'azienda	13/01/2012	H3G s.p.a. Pam Panorama	32/12/CONS
C11430	Affitto di un ramo d'azienda	13/01/2012	H3G s.p.a. Centro Commerciale Trieste	31/12/CONS
C11371	Acquisizione di una partecipazione	30/01/2012	Swisscom Italia s.r.l. Metroweb s.p.a.	84/12/CONS
C11450	Affitto di un ramo d'azienda	30/01/2012	H3G s.p.a. Gallerie Commerciali Italia s.p.a.	83/12/CONS
C11483	Affitto di un ramo d'azienda	14/02/2012	H3G s.p.a. I.D.F.	117/12/CONS
C11473	Affitto di un ramo d'azienda	14/02/2012	H3G s.p.a. Looking Forward	116/12/CONS

N.PARERE	TIPOLOGIA	ARRIVO	PARTI	DELIBERA
C11474	Affitto di un ramo d'azienda	14/02/2012	H3G s.p.a. Le Terrazze-Shopping Centre	115/12/CONS
C11485	Affitto di un ramo d'azienda	17/02/2012	Elemedia Black Lemon	114/12/CONS
C11484	Affitto di un ramo d'azienda	17/02/2012	Elemedia Black Lemon	113/12/CONS
C11455	Acquisto del controllo esclusivo	07/02/2012	Apax Partners LLP Orange Communications s.a.	112/12/CONS
C11493	Acquisto mediante permuta di impianti radiofonici e relative frequenze	24/02/2012	Monradio s.r.l. Radio Padania Soc.Coop.	137/12/CONS
C11494	Acquisto mediante permuta di impianti radiofonici e relative frequenze	24/02/2012	Monradio s.r.l. Radio One Soc.Coop. a r.l.	138/12/CONS
C11503	Acquisto del controllo esclusivo	24/02/2012	De Agostini Publishing s.p.a. Mutado s.r.l.	139/12/CONS
C11516	Affitto di un ramo d'azienda	08/03/2012	H3G s.p.a. Giambelli s.p.a.	140/12/CONS
C11505	Affitto di un ramo d'azienda	08/03/2012	H3G s.p.a. Gallerie Commerciali Italia s.p.a.	141/12/CONS
C11504	Affitto di un ramo d'azienda	08/03/2012	H3G s.p.a. Tapis Roulant s.r.l.	142/12/CONS
C11532	Affitto di un ramo d'azienda	16/03/2012	H3G s.p.a. General Costruzioni	162/12/CONS
C11537	Affitto di un ramo d'azienda	23/03/2012	H3G s.p.a. Immobiliare Malu	185/12/CONS
C11538	Affitto di un ramo d'azienda	23/03/2012	H3G s.p.a. Gallerie Commerciali Italia s.p.a.	186/12/CONS
C11540	Affitto di un ramo d'azienda	23/03/2012	H3G s.p.a. Gallerie Commerciali Bennet	188/12/CONS
C11539	Affitto di un ramo d'azienda	23/03/2012	H3G s.p.a. Gallerie Commeriali Bennet	187/12/CONS
C11550	Affitto di un ramo d'azienda	30/03/2012	H3G s.p.a. Surbo Immobiliare	202/12/CONS
C11552	Affitto di un ramo d'azienda	30/03/2012	H3G s.p.a. IGD SIIQ	203/12/CONS
C11551	Affitto di un ramo d'azienda	30/03/2012	H3G s.p.a. Il Maestrale s.p.a.	204/12/CONS
C11554	Affitto di un ramo d'azienda	30/03/2012	H3G s.p.a. Eurocommercial Properties Italia	205/12/CONS

Fonte: Autorità

Le operazioni di concentrazione hanno riguardato principalmente l'acquisizione di impianti e frequenze per la diffusione del segnale radiofonico, nell'ambito di un graduale processo di consolidamento nel settore delle infrastrutture radiofoniche in cui alcuni operatori nazionali nuovi entranti stanno completando la copertura della loro rete, nonché il mercato della distribuzione al dettaglio di prodotti e servizi di telefonia mobile e relativi accessori. Ciascuna di queste operazioni di concentrazione è stata valutata non suscettibile di determinare o rafforzare una posizione dominante nei mercati interessati.

L'operazione di concentrazione più complessa esaminata dall'Autorità è stata quella consistente nell'acquisizione da parte della società Elettronica Industriale s.p.a. (EI) del controllo esclusivo della società Digital Multimedia Technologies s.p.a. (DMT). L'operazione coinvolgeva da un lato una società – controllata da Mediaset s.p.a., attiva nella realizzazione, manutenzione e gestione delle reti con le quali sono diffusi la maggior parte dei servizi televisivi del Gruppo – e, dall'altro, nella veste di società acquisita, il principale operatore indipendente nella costruzione, installazione e manutenzione di infrastrutture per le reti televisive, radiofoniche e di telecomunicazioni.

L'Autorità, nel parere reso sul provvedimento di chiusura dell'istruttoria che autorizzava l'operazione con condizioni, ha in primo luogo condiviso l'individuazione dei mercati rilevanti e dei mercati interessati dall'operazione sia sotto il profilo merceologico che geografico, con particolare riferimento alla corretta definizione del mercato rilevante delle infrastrutture per la trasmissione del segnale televisivo, il quale consiste nell'offerta di servizi di ospitalità agli impianti televisivi degli operatori di rete su apposite infrastrutture (torri e siti), nonché in altri servizi accessori. L'Autorità ha inoltre concordato con l'AGCM circa i potenziali effetti anticoncorrenziali che l'acquisizione del controllo esclusivo di DMT da parte di EI potrebbe determinare sul mercato delle infrastrutture per la radiodiffusione televisiva e, a valle, nel *broadcasting* terrestre e nella raccolta pubblicitaria su mezzo televisivo. Quanto alle misure correttive previste, l'Autorità ha precisato come le stesse vadano apprezzate anche con riferimento alla regolamentazione di settore, richiamata nel parere nei sui punti salienti, ritenendo altresì necessario essere investita della competenza a svolgere il monitoraggio delle misure stesse, nonché a risolvere eventuali controversie che dovessero insorgere tra gli operatori.

Nel corso del 2011 l'Autorità ha inoltre reso un parere in merito a un'intesa restrittiva della concorrenza e un parere riguardante una fattispecie di abuso di posizione dominante.

Per quanto concerne la fattispecie di intesa restrittiva della concorrenza, l'Autorità, nel maggio 2011, ha reso il parere sul provvedimento finale dell'istruttoria I734 "Guida remunerazioni e tariffe 2009/2010 per operatori pubblicitari", volta all'accertamento di una presunta violazione dell'art. 2 della legge 287 del 1990 e concernente i mercati rilevanti dei servizi di *marketing* per le comunicazioni e dei servizi di intermediazione pubblicitaria. Nel parere, l'Autorità, dopo aver condiviso l'individuazione e la definizione di tali mercati operata dall'AGCM, ha confermato che la condotta posta in essere dalle associazioni di imprese coinvolte – consistente nella predisposizione di un tariffario indicante i minimali per la remunerazione delle prestazioni professionali degli operatori del settore pubblicitario associati – in quanto idonea a coordinare il comportamento degli operatori associati, ha rappresentato una deliberazione di associazioni di imprese avente come oggetto e/o effetto la riduzione del confronto competitivo nei mercati rilevanti, a nulla rilevando il valore asseritamente indicativo del tariffario per gli iscritti alle associazioni.

Con riferimento alla fattispecie di abuso di posizione dominante, l'Autorità, nel novembre 2011, ha reso il parere sul provvedimento finale dell'istruttoria A422 "Sky Italia/Auditel", volta all'accertamento di presunte violazioni dell'art. 102 del TFUE (già art. 82 del Trattato CE) e concernente il mercato rilevante della rilevazione degli ascolti televisivi nonché i mercati collegati della raccolta pubblicitaria sul mezzo televisivo, della *pay-tv* e dell'offerta all'ingrosso di canali televisivi. Nel parere, l'Autorità ha concordato con l'AGCM sia sulla definizione del mercato rilevante e dei mercati collegati, sia nel ritenere che Auditel detenga una posizione dominante nel mercato italiano della rilevazione degli ascolti televisivi. Analogamente l'Autorità ha confermato l'idoneità delle condotte poste in essere da Auditel nell'attività di rilevazione dei dati di ascolto televisivo ad alterare le dinamiche competitive nei mercati collegati, e in particolare in quello della raccolta pubblicitaria sul mezzo televisivo su cui operano i due maggiori azionisti di Auditel (RAI e Mediaset). L'Autorità ha infine menzionato gli interventi da essa effettuati per favorire il funzionamento dei sistemi di rilevazione degli indici di ascolto televisivo. In particolare, l'Autorità ha richiamato la delibera n. 85/06/CONS, recante "Atto di indirizzo sulla rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione", con cui la stessa ha dettato alcune prescrizioni in materia di indici di ascolto televisivi sia dal punto di vista della *governance* dei soggetti realizzatori delle indagini, sia per quanto riguarda i criteri metodologici da seguire nella rilevazione. L'Autorità ha altresì citato la delibera n. 55/07/CONS, recante "Misure e raccomandazioni nei confronti della società Auditel in materia di rilevazione degli indici di ascolto", con cui è stata conclusa un'indagine volta a verificare il rispetto da parte di Auditel delle disposizioni contenute nell'Atto di indirizzo di cui alla delibera 85/06/CONS e in cui l'Autorità ha formulato ulteriori raccomandazioni alla società di ricerca.

I rapporti con il Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento per le comunicazioni

È proseguita nell'anno di riferimento la proficua attività di collaborazione con il Ministero dello sviluppo economico, in particolare con il Dipartimento per le comunicazioni, finalizzata allo svolgimento delle attività necessarie alla realizzazione della digitalizzazione delle reti televisive (cfr. cap. 3.2) e quella inerente la numerazione e le conseguenti specifiche tecniche per l'interconnessione delle reti.

Per ciò che riguarda il completamento della revisione del Piano nazionale di assegnazione delle frequenze per la radiodiffusione digitale terrestre, l'attività è proseguita in stretta collaborazione con il Dipartimento per le comunicazioni, il quale, tra l'altro, ha partecipato alle consultazioni in cui sono state audite la concessionaria pubblica, le associazioni di emittenti maggiormente rappresentative, nonché le emittenti nazionali.

In particolare, secondo la procedura dettata dalla delibera n.330/11/CONS, sono state condotte, d'intesa con il Ministero, le attività istruttorie che hanno condotto alla definizione delle pianificazioni di dettaglio della Liguria, Toscana, inclusa la provincia di Viterbo, Marche ed Umbria (aree tecniche 8, 9 e 10) – delibera n. 423/11/CONS, modificata con la delibera 542/11/CONS), nonché delle Regioni Abruzzo, Molise, Puglia, Basilicata, Calabria e Sicilia (Aree tecniche 11, 14 e 15) delibera n. 93/12/CONS. Infine, più di recente, la collaborazione del Ministero ha riguardato il procedimento istruttorio che ha avuto esito con la delibera 265/12/CONS, con la quale è

stata rivista la pianificazione delle aree già digitalizzate, in conseguenza delle variazioni legislative intervenute.

Per quanto riguarda l'attività internazionale di coordinamento per l'uso delle risorse frequenziali utilizzabili per la radiodiffusione televisiva digitale, va rammentato che la Conferenza internazionale di pianificazione, svoltasi a Ginevra nel 2006, aveva assegnato a ogni paese il numero di otto di risorse frequenziali utilizzabili in ogni area di servizio definita e proposta dai partecipanti per il proprio territorio nazionale.

Nelle norme che accompagnano l'accordo di Piano erano state anche stabilite le procedure per le modifiche e le integrazioni del Piano stesso, nel cui ambito si inquadra un'attività di consultazione e di coordinamento con le amministrazioni dei paesi confinanti interessati.

Poiché le risorse frequenziali inizialmente previste nel Piano GE'06 erano largamente insufficienti per il soddisfacimento delle esigenze del mercato televisivo nazionale, immediatamente dopo la conclusione della Conferenza di GE06 era stata avviata, in collaborazione con il Dipartimento delle comunicazioni del Ministero dello sviluppo economico, un'intensa attività di coordinamento e di incontri bilaterali con i Paesi confinanti per estendere la possibilità di un uso coordinato, quindi protetto, di ulteriori risorse frequenziali.

Nel corso del 2011 sono continuati gli incontri con le amministrazioni dei paesi confinanti per verificare la possibilità di coordinamento nell'uso delle predette ulteriori risorse frequenziali necessarie per l'attuazione del piano televisivo digitale elaborato dall'Autorità.

In particolare sono state poste le basi e definite le procedure tecniche per la stipula di definitivi accordi bilaterali, per l'uso della porzione di spettro frequenziale interessata alla diffusione televisiva digitale terrestre, con l'amministrazioni di Francia e Malta.

Vista la ancora critica situazione di utilizzo delle frequenze sul versante adriatico, ulteriori studi ed approfondimenti tecnici sono ancora in corso per giungere ad analoghi formali accordi bilaterali con le amministrazioni di Slovenia e Croazia.

Nell'ambito delle problematiche concernenti la numerazione e gli impatti sulle reti è attiva una collaborazione con il Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento per le comunicazioni, che vede, da un lato, la partecipazione di quest'ultimo alle riunioni del tavolo tecnico presso l'Autorità, che si occupa delle problematiche relative all'implementazione del Piano nazionale di numerazione e analizza le proposte di innovazione ed integrazione del Piano stesso, e, dall'altro, la partecipazione dell'Autorità alla Commissione nazionale per la redazione di specifiche tecniche relative all'interconnessione delle reti di telecomunicazioni, che si occupa di mettere a punto accordi tra gli operatori ai fini della concreta realizzazione dell'interconnessione tra le reti in coerenza con le pertinenti delibere dell'Autorità.

Collaborazione con il MISE per la Conferenza WRC-2012 dell'UIT

Nell'anno di riferimento è inoltre proseguita l'attività di collaborazione con il Ministero dello sviluppo economico, in particolare con il Dipartimento per le comunicazioni, finalizzata alla preparazione della partecipazione alla Conferenza Mondiale delle Radiocomunicazioni (WRC-12) dell'UIT (Unione internazionale delle telecomunicazioni), che si è tenuta a Ginevra dal 23 gennaio al 17 febbraio 2012. Le Conferenze Mon-

diali, che si svolgono periodicamente, hanno l'obiettivo dell'aggiornamento e modifica del Regolamento internazionale delle comunicazioni ai fini dell'utilizzo ordinato dello spettro e delle posizioni orbitali a livello mondiale, sia per servizi di tipo commerciale (es. servizio mobile, radiodiffusione, fisso, sia terrestri che via satellite, etc..) che per quelli di tipo non commerciale (es. esplorazione della terra, radionavigazione, radiolocalizzazione, ecc.).

La preparazione della WRC viene effettuata in varie sedi nazionali e internazionali, nel periodo di tempo intercorrente tra due successive conferenze. A livello mondiale la preparazione viene effettuata dall'UIT nelle riunioni del CPM (*Conference Preparatory Meeting*) e nelle riunioni delle Commissioni di studio. La Conferenza viene anche preparata da ciascuna delle diverse organizzazioni regionali di telecomunicazioni (CEPT per l'Europa, CITEL per i paesi americani, APT per i paesi asiatici, ecc.), le quali preparano delle proposte comuni, in genere poi sottoscritte dalla maggior parte delle Amministrazioni appartenenti alla regione, che sono quelle aventi maggior peso durante la Conferenza. In Europa, la Conferenza è stata preparata pertanto dalla CEPT (Conferenza Europea Poste e Telecomunicazioni), nel Gruppo di lavoro denominato CPG (*Conference Preparatory Group*), il quale ha prodotto un set completo di proposte europee comuni (*ECPs - European Common Proposals*) associate a ciascun punto in agenda della Conferenza, poi depositate formalmente in UIT con l'elenco delle amministrazioni aderenti. Ai lavori del CPG hanno preso parte, oltre alle amministrazioni, anche rappresentanti della Commissione europea, i quali hanno più volte sottolineato la primaria esigenza di una sempre maggiore coesione tra i paesi dell'Unione. A tal fine, in ambito comunitario, il RSPG (*Radio Spectrum Policy Group*) aveva in previsione approvato una specifica Opinione[175], concernente gli obiettivi di politica comune in materia di spettro radioelettrico da perseguire nella WRC-12, che costituiva il documento generale di riferimento dei paesi europei per la Conferenza. In particolare il documento, oltre a identificare i principali obiettivi di interesse comunitario, richiedeva agli Stati membri di trovare, nel corso della Conferenza, soluzioni coordinate su tutti gli *item* dell'Agenda, tenendo in debito conto i suddetti obiettivi. In ambito nazionale, la Conferenza è stata preparata da un Gruppo Nazionale di lavoro istituito dalla Direzione Generale (DGPGSR) competente del Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento Comunicazioni. Ai lavori del Gruppo Nazionale hanno partecipato l'Autorità, i Ministeri/Enti interessati, nonché rappresentanti dell'industria nazionale e dei principali gestori di telecomunicazioni e di radiodiffusione. L'Autorità ha partecipato alle varie riunioni del Gruppo Nazionale, monitorando l'evoluzione dei lavori CEPT e seguendo poi più direttamente tale attività nell'ambito dei lavori del RSPG. Tale attività ha poi permesso di verificare la posizione nazionale sui vari punti all'ordine del giorno, che in occasione di questa Conferenza, pur con alcune differenziazioni, ha generalmente coinciso con quella europea riportata nelle citate ECPs. Ad esito delle riunioni del Gruppo Nazionale sono quindi state supportate e sottoscritte dall'Italia tutte le ECPs prodotte dalla CEPT. Tale circostanza è da ritenersi senza dubbio positiva, in quanto in linea con l'esigenza di una sempre maggiore coesione tra i paesi europei.

L'Autorità ha infine fatto parte della delegazione italiana alla suddetta Conferenza, guidata come di consueto dal Ministero dello sviluppo economico, Dipartimento Comunicazioni, con l'ausilio anche della Rappresentanza Permanente presso le Nazioni Unite. Ulteriori dettagli riguardanti lo svolgimento e l'esito della suddetta Conferenza sono descritti nella sezione concernente i rapporti internazionali (cfr. par. 4.1.1).

175 RSPG10-350 Rev. RSPG Opinion on common policy objectives for WRC-12.

All'esito della suddetta Conferenza mondiale, le varie modifiche apportate al Regolamento internazionale delle radiocomunicazioni (RR) saranno poi oggetto di ulteriori valutazioni a livello nazionale, nell'ambito delle attività di aggiornamento e modifica del Piano Nazionale di ripartizione delle frequenze (PNRF), curate dal Ministero dello sviluppo economico e adottate dallo stesso, previo parere dell'Autorità ai sensi della legge n. 249/97.

4.1.3. I rapporti con le università e gli enti di ricerca

Nel corso dell'ultimo anno, l'attività di collaborazione fra l'Autorità e il mondo accademico e della ricerca è stata particolarmente intensa, e finalizzata alla promozione di iniziative di interesse comune, tali da facilitare le occasioni di scambio, confronto e condivisione su tematiche di rilevante interesse nazionale, e propedeutiche allo sviluppo socio-economico del Paese.

Al fine di stimolare il dibattito sulle questioni più dibattute in materia di innovazione, regolamentazione e sviluppo nel settore delle comunicazioni e dei servizi multimediali, l'Autorità ha organizzato autonomamente, o in collaborazione con università e istituti di ricerca, convegni, giornate di studio e seminari rivolti a studiosi, operatori e associazioni di categoria.

In tale cornice si inserisce il progetto di alta formazione interdisciplinare per gli anni 2011 e 2012 denominato *I venerdì dell'Agcom*. Il programma è rivolto al personale dell'Autorità e ai soggetti esterni interessati, e prevede lo svolgimento di un piano formativo articolato in moduli e un ciclo di seminari di approfondimento su tematiche istituzionali di carattere generale ritenute di maggiore interesse, strettamente correlate, sotto il profilo operativo, alle attività condotte all'interno degli uffici amministrativi di primo e secondo livello. Le relazioni sono tenute da relatori esterni provenienti dal mondo accademico e della ricerca o da dirigenti dell'Autorità. Il programma formativo e il materiale a supporto delle relazioni è disponibile sul sito *web* dell'Autorità, nell'area dedicata agli eventi e seminari.

Inoltre, con specifico riguardo ai rapporti con gli Enti di ricerca, nel corso del 2011 sono proseguiti i rapporti di collaborazione tra l'Autorità e la Fondazione Ugo Bordoni, formalizzati da una Convenzione, della durata di tre anni, stipulata nel 2009 (cfr. delibera n. 429/09/CONS), riguardante lo svolgimento di attività aventi carattere di studio ed analisi di natura tecnica e scientifica, di assistenza durante le fasi applicative, nonché di comunicazione dei risultati conseguiti, e incentrate, in particolare, sull'approfondimento di tematiche di carattere tecnico, economico e regolamentare attinenti a materie di interesse dell'Autorità. La convenzione stipulata nel 2009 con la Fondazione Ugo Bordoni rappresenta dunque un investimento di carattere pluriennale nella ricerca scientifica e tecnologica e nello sviluppo di prototipi e sperimentazioni con un riscontro immediato sulla regolamentazione tecnica di settore.

Nel corso del 2011 è stato concluso il primo ciclo di ricerche svolte in virtù della suddetta convenzione (delibera n. 530/11/CONS) e che ha riguardato: l'ottimizzazione dei progetti di impianto di trasmettitori televisivi, finalizzata alla massimizzazione dell'efficienza d'uso della risorsa radioelettrica e del rispetto dei vincoli di coordinamento internazionali, in modo tale da minimizzare le interferenze elettromagnetiche gene-

rate dagli impianti trasmissivi nazionali verso i paesi confinanti e, al contempo, garantire un'adeguata copertura della popolazione italiana; la qualità dei servizi dati in mobilità e le relative forme di misurazione, al fine di fornire una valida "fotografia" dal punto di vista statistico di quanto accade in ogni punto dell'area di servizio; il controllo dei livelli acustici dei messaggi pubblicitari e delle televendite, subordinato allo sviluppo di un sistema prototipale in grado di effettuare il monitoraggio del parametro acustico del livello sonoro (*loudness*) percepito dai telespettatori dei programmi e degli eventi pubblicitari.

Le risultanze di tali progetti hanno consentito di acquisire strumenti utili per le attività regolamentari e di vigilanza condotte dall'Autorità. Il relativo materiale è disponibile sul sito *web* dell'Autorità, nella specifica area dedicata.

È stato inoltre avviato un secondo ciclo di progetti esecutivi di ricerca, tutt'oggi in corso. In particolare, con la delibera 707/11/CONS, la Fondazione Ugo Bordoni è stata incaricata di svolgere i seguenti nuovi progetti:

1. "Messa a regime del monitoraggio dei livelli sonori della pubblicità e delle comunicazioni commerciali mediante utilizzazione del relativo *software* e formazione del personale dell'Autorità", che si prefigge l'obiettivo di rendere concretamente operativo il sistema *software*, attraverso la messa in opera degli adempimenti utili al proseguimento delle attività di rilevazione dei livelli sonori della pubblicità, in conformità agli attuali limiti dei livelli acustici;

2. "Classificazione dei decodificatori per la ricezione dei programmi televisivi in tecnica digitale", che fornirà un importante strumento di orientamento per i consumatori, di chiara e semplice consultazione, coerente con tutte le diverse esigenze tecnologiche e di consumo dei servizi di comunicazione elettronica;

3. "Analisi conoscitiva sull'attribuzione, l'assegnazione e l'utilizzo dello spettro radioelettrico". Il progetto intende dunque predisporre le basi per la realizzazione di una piattaforma che operi da banca dati (*repository*) delle informazioni relative all'utilizzo delle frequenze, provvedendo altresì alla elaborazione dei dati rilevati per creare nuove opportunità di utilizzo dell'etere (*frequency opportunity*). Tale approfondimento si pone in rapporto di stretta complementarità con le attività inerenti al sistema di gestione *online* del Catasto nazionale delle frequenze.

L'interazione con il mondo accademico rappresenta un altro filone caratterizzato dai costanti rapporti che l'Autorità conserva con le principali università italiane. In questo ambito, l'Autorità nel corso degli anni ha erogato un sostegno economico alle università a supporto dello svolgimento di *master* post-universitari, al fine di promuovere il processo di formazione di giovani laureati nelle materie di interesse dell'Autorità. All'esito della selezione di numerosi master post universitari istituiti presso le università italiane, l'Autorità ha ospitato, ancora negli ultimi dodici mesi, giovani laureati presso i propri uffici di Napoli e Roma per lo svolgimento di uno *stage* di carattere professionale-applicativo nelle materie di propria competenza.

L'Autorità, infine, ha implementato l'attività riguardante lo svolgimento di progetti di studio e ricerca da svolgersi in collaborazione con le istituzioni universitarie pubbliche e private e gli enti pubblici di ricerca.

In tale ambito assume particolare rilievo il programma di ricerca "Servizi e Contenuti per le Reti di Prossima Generazione" (SCREEN), che si pone in linea di continuità con il programma "Infrastrutture e Servizi a Banda larga e Ultra Larga" (ISBUL), svolto tra la fine del 2008 e completato agli inizi del 2010. Alla luce delle risultanze del pro-

gramma di ricerca ISBUL, l'Autorità, attraverso la predisposizione del programma di ricerca SCREEN ha inteso consolidare il proprio presidio permanente sulle tematiche relative agli aspetti economici, tecnici e socio-giuridici delle reti di nuova generazione, ma ponendo particolare riguardo alle problematiche inerenti ai servizi, ai contenuti e alle applicazioni fruibili tramite le nuove reti. Il programma di ricerca SCREEN presenta, dunque, carattere multidisciplinare, e promuove l'analisi di temi connessi all'*information society*, con riguardo: ai contenuti informativi veicolati e agli utenti coinvolti, singolarmente e collettivamente; agli aspetti caratterizzanti i mercati dei servizi digitali, alla domanda e all'offerta, nonché alle reciproche dinamiche di interazione; ai possibili scenari evolutivi della rete internet. L'articolazione del programma prevede quattro progetti interdisciplinari o *work packages*, ciascuno dei quali articolato in attività o *task*. I singoli *task* prevedono a loro volta sottoattività di approfondimento tecnico, socio-economico, giuridico e regolamentare. L'attività di ricerca relativa al WP 1 e WP 2 è condotta dall'Ufficio Studi e Osservatorio, e prevede la costituzione di gruppi di lavoro interni. L'avvio delle attività (*kick off meeting*) in collaborazione con le università è previsto entro questo anno.

4.1.4. La Guardia di finanza e la Polizia postale e delle comunicazioni

La Guardia di finanza

La Guardia di finanza, quale polizia economico-finanziaria a presidio della libertà negoziale, della libertà d'impresa e del libero mercato, svolge importanti funzioni – oltre che a tutela delle ragioni del prelievo – anche nei settori radiotelevisivo, delle comunicazioni elettroniche e dell'editoria. Ciò in virtù delle norme di riferimento e del Protocollo d'intesa stipulato tra l'Autorità e la Guardia di Finanza che, attraverso il Nucleo Speciale per la Radiodiffusione e l'Editoria, inquadrato nelle Unità Speciali, assicura ogni possibile forma di sinergia e professionalità in grado di incidere in maniera flessibile e determinante sulla qualità degli interventi e sulla loro efficacia.

Il rapporto di collaborazione, nel periodo considerato (1° aprile 2011 – 31 marzo 2012), si è incentrato principalmente sui seguenti segmenti operativi: canone di concessione dovuto dalle imprese radiotelevisive, parità di accesso ai mezzi di informazione, posizioni di controllo o collegamento nell'editoria, programmazione televisiva a garanzia degli utenti (pubblicità, televendite, tutela dei minori, ecc.), diritto d'autore *on-line*.

Le capacità operative del Nucleo Speciale si sono sviluppate anche di iniziativa, con il contributo dell'Ufficio Operazioni del Comando Unità Speciali, nella duplice proiezione di analisi di contesto e di rischio delle aree di competenza dell'Autorità.

Nel periodo di riferimento, il Nucleo Speciale ha concluso 309 accertamenti. Di questi, 203 scaturiti da apposite richieste di collaborazione dell'Autorità, in virtù del Protocollo d'intesa stipulato con la Guardia di Finanza. Sono state segnalate all'Autorità 755 irregolarità di natura amministrativa. I soggetti denunciati all'Autorità Giudiziaria sono stati 39.

a. Canone di concessione dovuto dalle imprese radiotelevisive, ai sensi dell'art. 27, commi 9 e 10, della legge 23 dicembre 1999, n. 488

L'attività ispettiva del Nucleo Speciale, nel comparto in esame, si sostanzia in una verifica degli aspetti contabili e gestionali dei soggetti obbligati, al fine di determinare l'importo del canone dovuto (pari all'1% del fatturato per le emittenti televisive nazionali, con tetti massimi nel caso di altre tipologie di emittenti).

In tale prospettiva, è stato predisposto un *database* contenente i soggetti operanti nel settore, come rilevati dalle concessioni rilasciate dal Ministero dello Sviluppo Economico e dal Registro degli operatori di comunicazione (ROC) tenuto dall'Autorità di garanzia, allo scopo di individuare le imprese radiotelevisive non in regola con il versamento del canone.

Gli interventi eseguiti nei confronti di alcune imprese televisive nazionali hanno permesso di scoprire rilevanti casi di evasione della contribuzione in parola.

Le risultanze dei controlli sono state segnalate dall'Autorità di garanzia al Ministero dello sviluppo economico – Dipartimento per le comunicazioni.

b. Parità di accesso ai mezzi di informazione (cosiddetta "par condicio")

In base alla legge 22 febbraio 2000, n. 28, al Protocollo d'intesa e alle disposizioni regolamentari di volta in volta emanate dall'Autorità, il Nucleo Speciale fornisce un significativo contributo alla "*Unità par condicio*" per le attività di:

– acquisizione di supporti magnetici e di pubblicazioni;

– gestione delle segnalazioni relative ad emittenti e pubblicazioni locali, interfacciandosi, a seconda delle esigenze, con i Comandi provinciali della Guardia di finanza;

– diretta assistenza attraverso aliquote di personale.

Questo avviene principalmente durante le campagne per l'elezione al Parlamento europeo, per le elezioni politiche, regionali e amministrative e per ogni *referendum*.

c. Posizioni di controllo e/o collegamento tra imprese richiedenti i contributi per l'editoria

Nell'ambito del rapporto di collaborazione, l'Autorità ha richiesto al Nucleo Speciale accertamenti finalizzati a verificare l'esistenza di eventuali posizioni di controllo e/o collegamento, anche indiretto, tra società richiedenti i contributi all'editoria, ai sensi dell'art. 3, comma 11-*ter*, della legge 7 agosto 1990, n. 250.

È, altresì, da evidenziare che in base al D.P.R. 25 novembre 2010, n. 223, l'Autorità comunica – a richiesta del Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri – che l'assetto proprietario della società editrice istante risulti conforme alla normativa vigente e che non sussistano partecipazioni rilevanti per la configurazione di ipotesi di controllo e/o collegamento di cui all'art. 2359 del codice civile.

Con i suddetti interventi normativi il legislatore ha inteso inserire nel sistema disposizioni di salvaguardia che impediscono, ad una stessa realtà editoriale, di beneficiare più volte e nello stesso periodo delle provvidenze richieste.

Al fine di rilevare la legittimità della percezione dei contributi erogati dallo Stato a favore dell'editoria, il Nucleo Speciale ha proceduto ad una approfondita attività di studio e di analisi della disciplina, degli assetti societari e finanziari delle imprese interes-

sate, tesa a definire gli indicatori di rischio e le modalità operative per i successivi controlli da eseguirsi "sul campo".

Gli accertamenti svolti hanno consentito in diverse circostanze di "ricostruire" complessi ed articolati schemi societari e cooperativistici disposti in parallelo e del tutto separati formalmente rispetto a quelli dichiarati, governati da soggetti tra loro privi di evidenti collegamenti, permettendo all'Autorità ed al Dipartimento per l'informazione e l'editoria di impedire il beneficio di plurime provvidenze.

d. Programmazione televisiva e radiofonica a garanzia dell'utenza

I controlli sulla programmazione televisiva e radiofonica hanno lo scopo di consentire all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni l'esercizio del potere di vigilanza di cui alla legge 31 luglio 1997, n. 249.

Nel contesto in parola, l'attività investigativa del Nucleo speciale si sostanzia nel "monitoraggio" della programmazione irradiata dalle emittenti televisive e radiofoniche e riguarda principalmente la pubblicità, le televendite, la tutela degli utenti e dei minori (legge n. 223/1990 e d.lgs. n. 177/2005 e s.m.i.).

Nel periodo considerato, l'azione di servizio ha consentito di rilevare numerose condotte illecite, segnalate per l'avvio dei relativi procedimenti sanzionatori.

In particolare, sono state individuate violazioni in materia di pubblicità (affollamento, posizionamento e segnalazione *spot*), violazioni delle norme a garanzia di minori e utenti (messa in onda di trasmissioni pregiudizievoli per lo sviluppo fisico, psichico e morale dei minori, e di trasmissioni di contenuto pornografico in fascia notturna).

e. Diritto d'autore on-line

Per la tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica, il legislatore ha attribuito all'Autorità specifiche competenze con le disposizioni contenute nei seguenti provvedimenti normativi: legge n. 633/1941 (art. 182-*bis*, introdotto dalla legge n. 248/2000); d.lgs. n. 177/2005 (art. 32-*bis*, introdotto dal d.lgs. n. 44/2010); d.lgs. n. 70/2003, di recepimento della direttiva comunitaria 2000/31/CE sul commercio elettronico.

In tale contesto operativo, il Nucleo Speciale ed i Reparti territoriali del Corpo svolgono un costante ed attento monitoraggio della rete *internet*, nella consapevolezza che gli illeciti ivi perpetrati possono costituire distorsioni di mercato.

La Polizia postale e delle comunicazioni

La Sezione di Polizia postale e delle comunicazioni, nel periodo di riferimento maggio 2011 – aprile 2012, ha collaborato con l'Autorità, nell'ambito del vigente Protocollo d'intesa, per lo svolgimento delle attività di verifica sulle infrastrutture e reti di telecomunicazione e dei connessi servizi e prodotti.

In tale contesto, anche sulla scorta di segnalazioni pervenute all'Autorità da parte degli utenti, la Sezione di Polizia postale ha prestato ausilio all'Autorità nell'espletamento delle proprie attività ispettive, avviate sull'intero territorio nazionale nei confronti degli operatori di comunicazione più rappresentativi. Tale attività è stata finalizzata a verificare il rispetto della normativa regolamentare di settore, in materia di cor-

retto utilizzo delle numerazioni orientando la propria azione, in particolare, a tutela dell'utenza. Con specifico riferimento ai servizi offerti mediante l'utilizzo di numerazioni non geografiche, la Sezione di Polizia postale e delle comunicazioni ha effettuato una serie di attività finalizzate alla verifica del rispetto della normativa di settore rivolta sia agli operatori di servizi telefonici sia agli operatori di servizi televisivi.

Nell'ambito delle attività di conciliazione dei dati della Sezione speciale del Registro degli operatori di comunicazione, nella quale sono censite le infrastrutture di diffusione site sul territorio nazionale (cd. "Catasto delle frequenze"), la Sezione di Polizia postale e delle comunicazioni ha svolto nel periodo aprile – dicembre 2011, sempre in collaborazione con i funzionari dell'Autorità, una serie di sopralluoghi presso gli impianti radiotelevisivi, serventi i capoluoghi e le province più significative delle regioni Toscana, Friuli Venezia Giulia, Veneto, Emilia Romagna e Trentino Alto Adige. Tali sopralluoghi sono stati finalizzati a effettuare una preliminare verifica tecnico-amministrativa degli impianti ivi ubicati, strumentale allo "*switch off*" televisivo, da analogico a digitale, fissato per il 2012 per alcune delle regione visitate e di verifica successiva per quelle per le quali lo "*switch off*" era già avvenuto.

La sezione ha, inoltre, offerto la propria collaborazione all'Autorità in materia di cd. "diritti sportivi", coadiuvando gli Uffici deputati al controllo del rispetto della normativa in materia, al fine di verificare la fondatezza di presunte, segnalate, violazioni nei confronti di svariate società esercenti emittenti radiotelevisive. Sono state oggetto di verifica n. 8 emittenti televisive locali, per presunte violazioni alla delibera n. 405/09/CONS del 17 luglio 2009.

In occasione delle elezioni amministrative del 14 e 15 maggio 2011 e dei *referendum* popolari del 12 e 13 giugno 2011, la Sezione ha offerto la propria collaborazione all'Autorità.

In tali occasioni la Sezione, nell'ambito di una più ampia attività di prevenzione disposta a livello nazionale da parte del sovraordinato Servizio di Polizia postale e delle comunicazioni del Ministero dell'Interno, ha assicurato servizi di pronto impiego per le eventuali esigenze di Polizia giudiziaria e supporto operativo anche all'attività di vigilanza di competenza dell'Autorità, nonché servizi di monitoraggio della rete *internet*, finalizzati ad individuare eventuali azioni dimostrative e manifestazioni di protesta in programma, ovvero la promozione e pianificazione di attacchi informatici in danno dei siti e dei sistemi informatici appartenenti agli organi istituzionali interessati dalla competizione elettorale. Il personale della Sezione di Polizia postale e delle comunicazioni ha, inoltre, posto particolare attenzione alle segnalazioni, pervenute sia dall'Autorità sia da altri Organi Istituzionali, nonché da soggetti privati, relative a presunte violazioni della normativa vigente in materia di cd. "silenzio elettorale". La suddetta attività ha portato alla segnalazione alla competente Prefettura – Ufficio territoriale del Governo di una emittente televisiva locale per violazione del divieto di propaganda elettorale, ai sensi degli artt. 9 della legge n. 212/1956 e 9-*bis* del decreto-legge n. 807/1984, convertito in legge n. 10/1985.

Nel periodo di riferimento, sono continuati i consueti monitoraggi di trasmissioni televisive pubblicizzanti numerazioni telefoniche a valore aggiunto, nonché prove telefoniche in ordine alle numerazioni non geografiche e satellitari con monitoraggi da reti fisse e mobili, finalizzate ad accertare la conformità, ai disposti regolamentari, delle trasmissioni stesse, nonché della correttezza dei messaggi informativi iniziali, dei servizi offerti e delle tariffazioni applicate. In particolare, nel periodo di riferimento, sono state oggetto di verifica 31 emittenti televisive, 22 di tipo analogico e 9 satellitari; 31

centri servizi e 396 codici del tipo 899, riscontrando 587 violazioni prevalentemente per difformità all'art. 5, comma 4, della delibera n. 26/08/CIR ed agli artt. 3 e 5-*ter*, comma 5, della delibera n. 538/01/CSP. Tali riscontrate difformità sono state segnalate alle competenti Direzioni dell'Autorità per l'eventuale avvio dei relativi procedimenti sanzionatori.

Sono state, altresì, compiute attività di monitoraggio dei palinsesti televisivi, finalizzate alla verifica dei limiti di affollamento orario e giornaliero e del posizionamento delle interruzioni pubblicitarie all'interno dei programmi, irradiati da diverse emittenti televisive nazionali e locali.

La Sezione di Polizia postale ha svolto attività di Polizia amministrativa su 4 segnalazioni per servizi *audiotex*; su 132 segnalazioni relative al settore delle telecomunicazioni e su 21 segnalazioni concernenti il settore della telefonia. L'attività di Polizia giudiziaria d'iniziativa ha riguardato complessivamente la trattazione di 121 denunce relative a sostituzione di persona ed accesso abusivo a sistemi informatici; acquisto fraudolento, furto e ricettazione di telefoni cellulari; utilizzo in frode di carte di credito e 51 denunce relative a fatti costituenti reati di natura ordinaria.

La Polizia postale e delle comunicazioni a livello nazionale, nell'ambito delle materie di competenza istituzionale affini a quelle dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, ha intrapreso, attraverso le articolazioni periferiche, attività concernenti il diritto d'autore, controllando 124 esercizi pubblici, denunciando 42 persone, elevando 23 sanzioni amministrative, sequestrando, inoltre, 2.443 *gbyte* di materiale informatico, monitorando 234 spazi virtuali, rilevandone 2 con contenuti illeciti. Nell'ambito del settore della telefonia ha ricevuto 2.568 denunce, concernenti rispettivamente la telefonia fissa e mobile; ha denunciato 253 persone, arrestandone una e contestato 10 sanzioni amministrative per un importo complessivo di euro 151.846,00.

Nell'ambito dei servizi di controllo di *phone center – internet point* sono stati controllati 92 esercizi ed identificate 315 persone, elevando 35 sanzioni amministrative per violazione alla normativa di riferimento.

Nell'ambito della rete *internet* sono stati monitorati 1.840 siti *web* generici e 4.783 siti eroganti servizi di giochi e scommesse *on-line*, rilevando 16 violazioni e denunciando una persona.

Nell'ambito del settore della radiofrequenza sono state controllate 50 emittenti, sequestrate 7, rilevati 12 illeciti, denunciate 14 persone, contestate 8 sanzioni per euro 48.340,00.

4.2. Gli organismi strumentali e ausiliari

4.2.1. I Comitati regionali per le comunicazioni

Nell'anno 2011, il sistema decentrato delle comunicazioni ha realizzato un ulteriore significativo passo avanti in relazione all'assolvimento delle funzioni di garanzia dell'utenza e vigilanza sul territorio, essendo ormai istituiti e costituiti tutti i Comitati regionali e provinciali per le comunicazioni, unitariamente rappresentati dal Coordinamento nazionale dei Co.re.com., anche attraverso il portale dedicato www.corecomitalia.it, ed avendo gli stessi, ad eccezione della sola Sardegna, sottoscritto la convenzione per l'esercizio delle funzioni delegate. Tuttavia, persistono alcune aree in cui non tutte le funzioni delegabili sono state trasferite come evidenziato in giallo nella cartina riportata sotto. In tali aree, il trasferimento delle funzioni è limitato ancora alla prima fase, sebbene l'Autorità conti di estenderlo a tutte le funzioni delegabili nel prossimo futuro.

Figura 4.1. *Mappa dei Co.re.com. (1° gennaio 2012)*

Fonte: Autorità

Dal 1° gennaio 2012, circa 59 milioni di italiani possono usufruire del servizio di conciliazione obbligatorio nelle controversie tra utenti e operatori di comunicazione elettronica gratuitamente e in tempi rapidi sul territorio, in aggiunta al beneficio di poter presentare istanza di rettifica presso un organismo locale, dotato della necessaria sensibilità e conoscenza del contesto in cui si assume violato il diritto alla corretta rappresentazione della persona dell'istante. Inoltre, sul medesimo territorio, i Co.re.com. espletano la vigilanza sul rispetto delle disposizioni relative ai sondaggi e alla tutela dei minori nel settore radiotelevisivo locale, nel perseguimento di un interesse pubblico superiore orientato dal legislatore, da un lato, a garantire la tutela di quei soggetti considerati più deboli e, dall'altro, a contribuire all'equilibrata rappresentazione delle opinioni e delle preferenze della popolazione rispetto a temi sociali o politici. In 11 Regioni (Abruzzo, Basilicata, Calabria, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Lombardia, Molise, Puglia, Toscana e Umbria) oltre che nelle Province di Trento e Bolzano, più di 35 milioni di cittadini possono inoltre, come previsto dall'Accordo quadro del 2008, presentare istanza di definizione delle controversie tra operatori di comunicazioni elettroniche e utenti al medesimo Co.re.com. presso cui hanno svolto il tentativo di conciliazione, e viene esercitata la vigilanza sul rispetto degli obblighi di programmazione e delle disposizioni in materia di esercizio dell'attività radiotelevisiva locale in maniera sistematica. Nelle stesse aree, i Co.re.com. provvedono a gestire il Registro degli operatori di comunicazione (ROC) e a interloquire con i soggetti che operano sul territorio.

Nell'anno in esame, si è cominciato a stabilizzare il sistema decentrato delle funzioni delegate delineato con l'Accordo Quadro del 2008. Ai primi 9 Co.re.com. che avevano concluso la sperimentazione nel 2010 si sono aggiunti gli ulteriori quattro in sperimentazione facendo emergere una serie di criticità risolte o da risolvere insieme all'Autorità in un processo in continua evoluzione.

Attraverso il rapporto costante con la Conferenza delle Regioni e delle Province autonome e con la Conferenza dei Presidenti delle Assemblee legislative delle Regioni e delle Province autonome, e attraverso una serie di incontri svolti direttamente sul territorio con i vari responsabili delle amministrazioni regionali competenti per le attività dei Co.re.com., nonché con le strutture di supporto ai Comitati, individualmente e come rappresentati dal Presidente del Coordinamento nazionale dei Co.re.com., l'Autorità ha potuto lavorare sull'aggiornamento e l'adattamento delle linee guida e degli indirizzi ai riscontri che provengono dalle singole realtà regionali, attraverso un interscambio positivo di opinioni e di esperienze volto a valorizzare il rapporto virtuoso che ha creato le condizioni per il funzionamento e l'organizzazione dei Comitati e la loro capacità di diventare protagonisti del sistema decentrato delle comunicazioni in Italia, in qualità di garante e mediatore tra le istituzioni regionali e gli operatori di settore, potendo determinare iniziative ed assumere decisioni definitive.

L'omogeneo esercizio delle funzioni richiede un impegno incessante di tutti i soggetti coinvolti, delegante, delegati, ma anche Istituzioni locali e singoli addetti presso tutti gli organismi citati.

Nel 2011, in esito alle riunioni del Tavolo Tecnico, istituito in attuazione dell'Accordo Quadro del 2008, è stata formalizzata la revisione delle linee guida operative nelle funzioni delegate in materia di vigilanza, con specifico riferimento, tra l'altro, alla durata minima del monitoraggio che i Co.re.com. sono tenuti a realizzare nell'anno per poter realizzare una attività significativa sul campione. Inoltre, su impulso dei

Co.re.com., come sostenuti dal Coordinamento nazionale, e dalla Conferenza dei Presidenti delle Assemblee legislative delle Regioni e delle Province autonome e dalla Conferenza delle Regioni e delle Province autonome, è emersa l'ulteriore necessità di approntare un sistema di linee guida, indirizzi e procedure operative specificamente riferite alla vigilanza sul rispetto delle disposizioni in materia di pubblicità delle pubbliche amministrazioni e degli enti pubblici di cui all'art. 41 del Testo unico dei media audiovisivi e radiofonici. L'Autorità ha inteso valorizzare le valutazioni delle Istituzioni coinvolte condividendo il documento di revisione delle linee guida e indirizzi operativi per l'esercizio delle funzioni delegate, la cui sottoscrizione da parte dell'Autorità, della Conferenza dei Presidenti delle assemblee legislative delle Regioni e delle Province autonome e la Conferenza delle Regioni e delle Province autonome, è avvenuta in data 20 maggio 2011. In tale specifico ambito, considerato il numero di soggetti destinatari di tale obbligo e la necessità di svolgere l'attività di verifica su base campionaria, l'Autorità si è fatta carico di selezionare, con cadenza annuale, le categorie predeterminate su cui effettuare i controlli e i metodi di campionamento nell'ambito di tali categorie.

L'esperienza del primo anno di gestione "piena" della delega in materia di vigilanza ha portato alla luce alcuni nodi problematici, concernenti sia questioni procedurali che di sostenibilità organizzativa. Nelle Regioni in cui è stata conferita la delega sono state monitorate 129 emittenti sulle diverse macroaree individuate dall'Autorità.

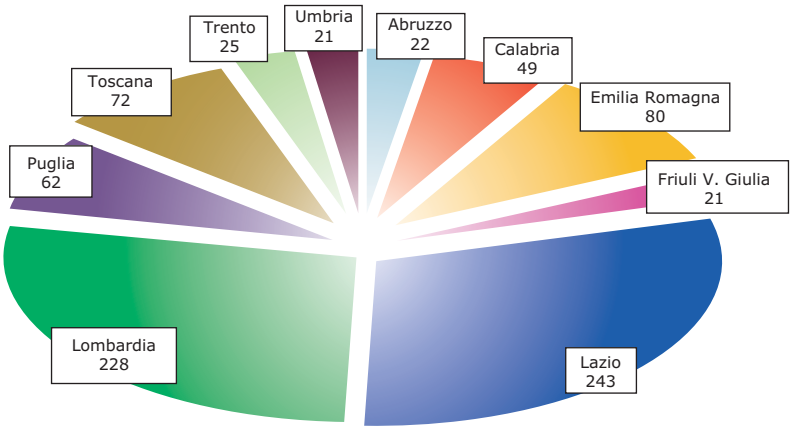
Dai dati emerge che la maggior parte delle violazioni contestate attiene gli obblighi in materia di pubblicità, ben 128 su un totale di 184, e solo 17 in materia di garanzia dell'utenza, ivi inclusa la tutela dei minori. Dei procedimenti avviati, 117 si sono conclusi con provvedimenti dell'Autorità di ordinanza ingiunzione, 50 con archiviazione, mentre 17 sono stati dichiarati improcedibili a causa di irregolarità nello svolgimento dei procedimenti da parte delle strutture di supporto ai Co.re.com.

Alcuni Co.re.com., a causa di scelte strategiche o per mancanza di personale quantitativamente e qualitativamente idoneo all'espletamento dell'attività di analisi dei palinsesti, si sono rivolti a società esterne per l'effettuazione del monitoraggio, altri sono ricorsi a collaborazioni con Università, ma i più sono riusciti a svolgere con il personale assegnato alla struttura anche l'attività di monitoraggio, presupposta all'effettuazione della vigilanza. Le criticità rilevate costituiranno spunto di riflessione per la predisposizione del nuovo Accordo Quadro, il cui perfezionamento dovrà tenere conto dell'evoluzione del contesto di riferimento con particolare riguardo alla modificazione dei soggetti attori anche in ragione del passaggio al digitale terrestre, così come al possibile nuovo ruolo che potrebbe essere conferito ai Comitati per la rilevazione dei soggetti effettivamente operanti sul territorio in una dimensione di sistema integrato delle comunicazioni; le graduatorie delle emittenti che hanno usufruito dei contributi statali, infatti, non corrispondono agli elenchi dei fornitori che hanno ottenuto numerazione LCN per le trasmissioni in digitale terrestre.

Le nuove funzioni potrebbero essere facilitate anche dalla stabilizzazione delle attività relative alla tenuta del Registro degli operatori di comunicazione (ROC) a livello locale. In termini di conoscenza del settore delle comunicazioni, è sempre più apprezzato, infatti, lo strumento del Registro per le sue funzioni di vigilanza del settore di competenza. Nel 2011, i Co.re.com. hanno contribuito alla tenuta di tale rilevante strumento, ricevendo 823 domande di iscrizione, ripartite nel territorio come da

Figura 4.2, e 972 richieste di integrazione e/o variazione, 174 richieste di cancellazione e rilasciando 280 certificazioni relative all'iscrizione.

Figura 4.2. *Domande di iscrizione al ROC*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Co.re.com.

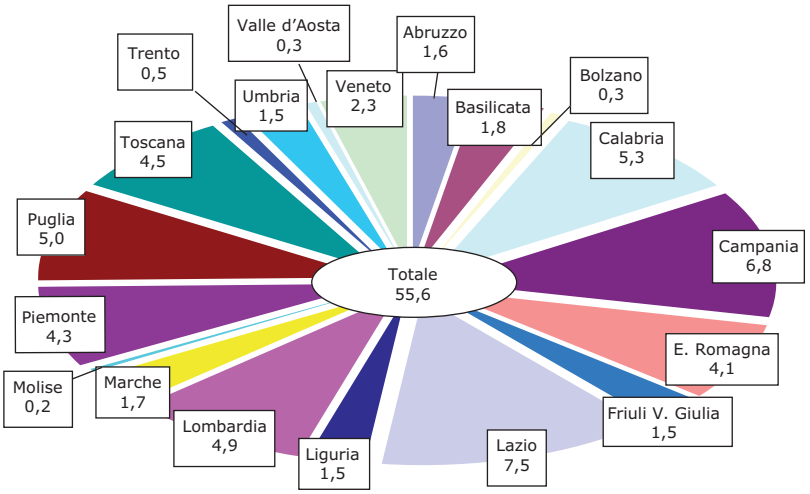
Anche l'attività relativa alla tenuta del ROC si sta sviluppando con il contributo dei Co.re.com. che sono in procinto di partecipare a delle sessioni di formazione sull'implementazione del nuovo sistema che consentirà maggiori e migliori funzionalità del Registro per la consultazione e l'analisi, nonché la semplificazione degli adempimenti da parte degli operatori e della relativa gestione documentale da parte dei Co.re.com.

Con l'adozione del nuovo regolamento in materia di sondaggi (delibera n. 42/11/CSP del 16 febbraio 2011) e con la diffusione degli indirizzi e delle linee guida dell'Autorità si è pure dato, nel 2011, nuovo impulso alle attività di verifica e controllo sul territorio, delega già conferita su tutto il territorio ad eccezione della sola Sardegna. Il controllo eseguito su 123 soggetti, per la gran parte in Lazio e Liguria, ha dato luogo a 8 procedimenti avviati dai Comitati.

Resta sempre scarso il ricorso al diritto di rettifica a livello locale con sole 4 istanze ricevute dai 20 Co.re.com. delegati.

Diversamente sempre più utenti ricorrono al tentativo obbligatorio di conciliazione offerto gratuitamente dai Co.re.com. peninsulari nel 2011, che hanno ricevuto 55.646 istanze di conciliazione, come ripartite nella Figura 4.3, e 7.782 istanze di provvedimenti temporanei.

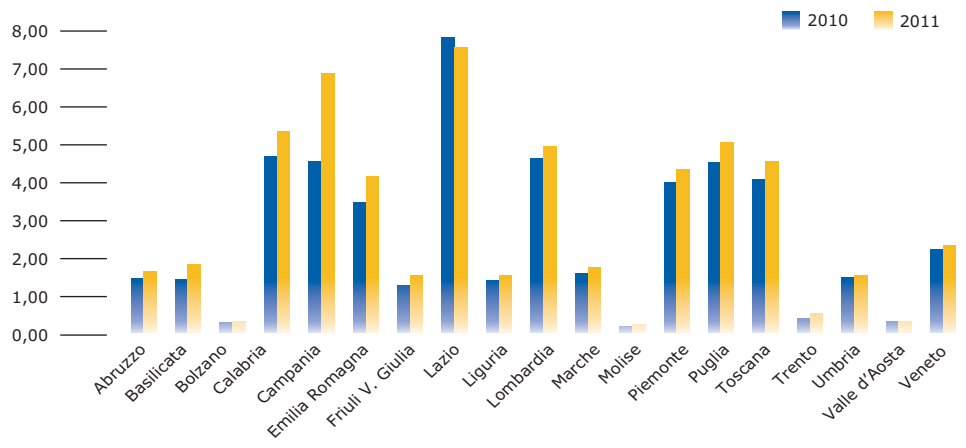
Figura 4.3. *Ripartizione istanze di conciliazione (migliaia)*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Co.re.com.

In tutte le Regioni, ad eccezione del Lazio e della Valle d'Aosta, il numero delle istanze, dopo il rallentamento del 2010, ha ricominciato a crescere, sebbene con variazioni differenziate nelle diverse Regioni, come evidenziato nella Figura 4.4. L'analisi dell'attività conciliativa svolta dai Co.re.com, come riportata nelle singole relazioni annuali, evidenzia uniformità di tendenze su tutto il territorio nazionale. Infatti, la numerosità e la rilevanza delle istanze di conciliazione è riscontrabile su tutto il territorio, anche con riferimento al numero delle istanze di mediazione presentate ai sensi della legge n. 28/2010, pari a circa 90.000 nell'anno 2011.

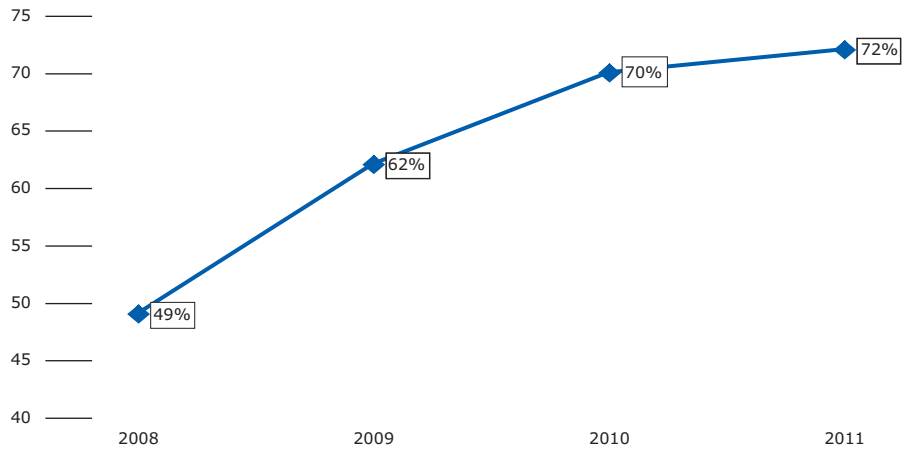
Figura 4.4. *Istanze di conciliazione 2010/2011 (migliaia)*



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Co.re.com.

L'attività conciliativa, ormai consolidata e prova del successo del decentramento, progredisce anche nei risultati che portano il tasso di efficacia al 72%, con le apprezzabili variazioni rappresentate dal quadriennio 2008 – 1011 nella Figura 4.5.

Figura 4.5. *Efficacia del processo di conciliazione a livello nazionale (2008-2011, in %)*[176]



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Co.re.com.

Per quanto riguarda, invece, l'assunzione di provvedimenti temporanei, si conferma il dato positivo riguardante il numero elevato delle riattivazioni spontanee da parte dei gestori pari al 65%, con la conseguente riduzione di emissione dei provvedimenti di riattivazione da parte dei Co.re.com. Nel 2011 sono state presentate 7.782 istanze di cui solo il 1.683 hanno necessitato l'adozione di un provvedimento da parte dei Co.re.com. La casistica riguarda principalmente il passaggio da un gestore all'altro.

Con riferimento alla funzione di definizione delle controversie, favorita dall'Autorità anche con attività di formazione e affiancamento delle singole strutture di supporto ai Comitati, si può dire stabilizzata attraverso l'uniforme applicazione di comuni parametri di valutazione che vengono condivisi attraverso la pubblicazione dei casi sul sito dell'Autorità, ma anche attraverso la continua revisione e aggiornamento degli indirizzi ad opera dell'Ufficio competente dell'Autorità. Un'ulteriore revisione del Regolamento (delibera n. 597/11/CONS del 17 novembre 2011) ha, inoltre, dissolto dubbi interpretativi sorti sull'applicazione di alcune disposizione e, prendendo spunto dall'esperienza a livello territoriale, sempre più copiosa, ha semplificato i meccanismi di ricorso alla risoluzione alternativa delle controversie. È significativo, al proposito, il risultato di 2.832 istanze di definizione ricevute dai soli 10 Co.re.com. delegati alla funzione nel 2011, a fronte del totale di 4.175 su tutto il territorio nazionale, laddove si evince che nelle aree dove non è stata conferita delega gli utenti sono meno propensi ad avvalersi di tale strumento.

176 Rapporto tra controversie che hanno avuto esito positivo (comprensive degli accordi preudienza) e udienze ritualmente svolte presso i Co.re.com.

Al fine di evidenziare l'attività svolta dai singoli Co.re.com., si riportano di seguito le iniziative più rilevanti intraprese nell'anno 2011 e le tabelle con i dati regionali di sintesi relativi all'attività delegata di svolgimento del tentativo obbligatorio di conciliazione e di definizione delle controversie tra utenti e operatori di comunicazioni, rinviando alle relazioni annuali dei singoli Co.re.com. per gli approfondimenti. Si segnala che quasi tutti i Co.re.com. hanno svolto interessanti ricerche in materia in materia di pluralismo socio politico, oltre che operato in sintonia con l'Autorità per il rispetto dei regolamenti in applicazione delle leggi in materia di *par condicio* nelle campagne elettorali e referendarie durante le quali i Co.re.com. esercitano la funzione propria di vigilanza sul rispetto delle norme in materia di parità di accesso ai mezzi di informazione per la comunicazione politica e di correttezza dell'informazione.

Comitato per le comunicazioni della regione Abruzzo

Legge istitutiva	Legge regionale 24 agosto 2001, n. 45
Presidente	Filippo Lucci
Deleghe I fase	Delibera n. 166/06/CONS Stipula 7 settembre 2006 Decorrenza 1° ottobre 2006
Deleghe II fase	Delibera n. 23/11/CONS Stipula 1° aprile 2011 Decorrenza 1° maggio 2011

Nel maggio 2011, il Co.re.com. Abruzzo ha dato avvio all'esercizio delle funzioni delegate di seconda fase in regime sperimentale che si è conclusa il 30 aprile 2012. La sperimentazione, approvata dal Consiglio dell'Autorità, ha confermato l'efficienza della struttura che non ha trascurato le attività già svolte a regime ordinario, anche attraverso la realizzazione di significative iniziative e progetti in materia di minori e Internet, disabili, rappresentazione di genere e una campagna correlata al passaggio al digitale terrestre del sistema audiovisivo regionale.

Nella tabella che segue, si riportano i dati relativi alle controversie, laddove i tentativi obbligatori di conciliazione hanno subito un notevole incremento rispetto all'anno precedente, di quasi 15 punti percentuali.

Tabella 4.2. *Co.re.com. Abruzzo – Controversie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	1.623	Istanze pervenute	319
Istanze inammissibili	36	Istanze inammissibili	22
Udienze svolte	2.218	Istanze accolte dall'operatore	138
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	1.232	Rigetto dell'istanza	28
Udienze con parziale esito positivo	0	Provvedimenti temporanei adottati	111
Udienze con esito negativo per mancato accordo	212		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	258		
DEFINIZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	78	Istanze pervenute	0
Provvedimenti decisori	3	Provvedimenti temporanei adottati	0

Fonte: Co.re.com. Abruzzo

Comitato per le comunicazioni della regione Basilicata

Legge istitutiva	Legge regionale 27 marzo 2000, n. 20
Presidente	Ercole Trerotola
Deleghe I fase	Delibera n. 402/03/CONS Stipula 18 dicembre 2003 Decorrenza 1° gennaio 2004
Deleghe II fase	Delibera n. 429/11/CONS Stipula 17 novembre 2011 Decorrenza 1° gennaio 2012

Nel 2011, il Co.re.com Basilicata ha sottoscritto la convenzione per l'esercizio delle funzioni delegate di seconda fase, con decorrenza 1° gennaio 2012. La struttura di supporto è stata pertanto integrata e riorganizzata e sarà a breve affiancata da esperti per supportare l'attività relativa alle nuove funzioni.

Tra le funzioni svolte dal Co.re.com. in ambito audiovisivo merita menzione l'iniziativa dedicata all'abbattimento delle barriere comunicative con la sottoscrizione di un accordo con il TG3 regionale per la trasmissione di un'edizione giornaliera del TG nella Lingua dei Segni all'interno del programma "Buongiorno Regione".

Per quanto riguarda l'attività inerente al tentativo obbligatorio di conciliazione, nell'anno di riferimento si registra un notevole incremento del numero di istanze, da 1404 nel 2010 a 1784 nel 2011, dovuto sia alla pubblicità istituzionale svolta in varie forme dal Comitato, sia alla sinergia con le associazioni dei consumatori e le altre Istituzioni locali che concorrono a promuovere l'attività svolta dal Co.re.com. presso l'utenza regionale.

Nella tabella che segue, si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione.

Tabella 4.3. *Co.re.com. Basilicata – Controversie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	1.784	Istanze pervenute	88
Istanze inammissibili	53	Istanze inammissibili	0
Udienze svolte	1.599	Istanze accolte dall'operatore	0
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	944	Rigetto dell'istanza	0
Udienze con parziale esito positivo	0	Provvedimenti temporanei adottati	3
Udienze con esito negativo per mancato accordo	231		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	364		

Fonte: Co.re.com. Basilicata

Comitato per le comunicazioni della Provincia autonoma di Bolzano

Legge istitutiva	Legge provinciale 18 marzo 2002, n. 6
Presidente	Hansjorg Kucera
Deleghe I fase	Delibera n. 546/07/CONS Stipula 7 dicembre 2007 Decorrenza 1° marzo 2008
Deleghe II fase	Delibera n. 429/11/CONS Stipula 11 novembre 2011 Decorrenza 1° gennaio 2012

L'11 novembre 2011 è stata firmata a Bolzano la convenzione fra l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, l'Amministrazione provinciale e il Comitato provinciale per le comunicazioni per l'assunzione delle deleghe di seconda fase. L'esatto svolgimento delle funzioni già delegate e l'esperienza acquisita sul territorio unitamente all'integrazione della struttura con una nuova risorsa e due consulenze hanno consentito al Comitato di dare avvio all'esercizio di tutte le deleghe contemplate nell'Accordo quadro del 2008 a partire dal 1°gennaio 2012. Nell'anno 2011, inoltre, in preparazione dell'acquisizione delle nuove deleghe, il Comitato ha anche sperimentato il monitoraggio sulle due emittenti locali presenti sul territorio riscontrando una sostanziale conformità della programmazione alla normativa in materia radiotelevisiva.

Nella tabella che segue, si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione.

Tabella 4.4. *Comitato Provinciale per le comunicazioni di Bolzano – Controversie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	297	Istanze pervenute	98
Istanze inammissibili	2	Istanze inammissibili	0
Udienze svolte	268	Istanze accolte dall'operatore	96
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	187	Rigetto dell'istanza	0
Udienze con parziale esito positivo	0	Provvedimenti temporanei adottati	2
Udienze con esito negativo per mancato accordo	29		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	52		

Fonte: Comitato Provinciale per le comunicazioni di Bolzano

Comitato per le comunicazioni della Regione Calabria

Legge istitutiva	Legge regionale 22 gennaio 2001, n. 2, e successive modificazioni
Presidente	Alessandro Manganaro
Deleghe I fase	Delibera n. 402/03/CONS e post sosp. 253/08/CONS Stipula 16 giugno 2004 Decorrenza 1° luglio 2004
Deleghe II fase	Delibera n. 668/09/CONS Stipula 16 dicembre 2009 Decorrenza 1° gennaio 2010

La stabilità della struttura di supporto al Comitato e la solidità dell'organizzazione amministrativa ha consentito lo svolgimento delle funzioni delegate a regime ordinario in una prospettiva di sistema apprezzabile anche per l'integrazione con il contesto territoriale di riferimento che si prepara al passaggio al digitale terrestre mentre mira a ridurre il *digital divide*, attraverso varie iniziative che il Co.re.com. promuove e conduce egregiamente, tra un cui un progetto relativo alla diffusione della banda larga sul territorio regionale.

In particolare, per l'esercizio della funzione relativa alla vigilanza, in vista del passaggio al digitale terrestre, ha adeguato il sistema di registrazione alla tecnologia digitale.

Regolare e puntuale è stata l'attività relativa alla gestione del ROC, per la quale ha registrato un sensibile incremento dell'assolvimento dell'obbligo di invio della relazione annuale da parte degli operatori rispetto all'anno precedente, a dimostrazione dell'efficacia dell'attività svolta sul territorio e della crescente consapevolezza e considerazione nei confronti dell'Istituzione.

Nella tabella che segue si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione e alla definizione delle controversie.

Tabella 4.5. *Co.re.com. Calabria – Controversie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	5.341	Istanze pervenute	519
Istanze inammissibili	21	Istanze inammissibili	49
Udienze svolte	4.929	Istanze accolte dall'operatore	293
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	2.079	Rigetto dell'istanza	48
Udienze con parziale esito positivo	0	Provvedimenti temporanei adottati	129
Udienze con esito negativo per mancato accordo	2.002		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	837		
DEFINIZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	270	Istanze pervenute	10
Provvedimenti decisori	66	Provvedimenti temporanei adottati	1

Fonte: Co.re.com. Calabria

Comitato per le comunicazioni della Regione Campania

Legge istitutiva	Legge regionale 1 luglio 2002, n. 9, e successive modificazioni
Presidente	Gianni Festa
Deleghe I fase	Delibera n. 617/09/CONS Stipula 10 dicembre 2009 Decorrenza 1° gennaio 2010

Il Comitato campano, decaduto a seguito di decreto del Presidente del Consiglio regionale il 4 ottobre 2010, è stato reintegrato a seguito di sentenza del Consiglio di Stato del 28 dicembre 2011. Nonostante le vicende processuali che hanno fatto alternare due Comitati, la struttura è stata in grado di assolvere i compiti d'istituto ed espletare le funzioni delegate, in particolar modo in materia di conciliazioni, nella quale la Campania si distingue per avere un numero rilevante di istanze, nel 2011 pari a 6.797.

Nella materia della tutela dei minori, è stato avviato un protocollo d'intesa con l'Ufficio Scolastico regionale per la Campania – Polo Qualità di Napoli, finalizzato a fornire strumenti critici nell'approccio ai mezzi di comunicazione, e si è organizzato un convegno sul tema dei minori e Internet.

Nella tabella che segue, si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione la cui rilevante quantità ha indotto il Co.re.com. ad acquistare un programma informatico di gestione analogo a quello in uso presso altri Co.re.com.

Tabella 4.6. *Co.re.com. Campania – Controversie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	6.797	Istanze pervenute	525
Istanze inammissibili	172	Istanze inammissibili	37
Udienze svolte	4.587	Istanze accolte dall'operatore	393
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	3.423	Rigetto dell'istanza	32
Udienze con parziale esito positivo	3	Provvedimenti temporanei adottati	63
Udienze con esito negativo per mancato accordo	1.161		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	2.039		

Fonte: Co.re.com. Campania

Comitato per le comunicazioni della Regione Emilia Romagna

Legge istitutiva	Legge regionale 30 gennaio 2001, n.1 e successive modificazioni
Presidente	Gianluca Gardini
Deleghe I fase	Delibera n. 402/03/CONS Stipula 5 febbraio 2004 Decorrenza 1° marzo 2004
Deleghe II fase	Delibera n. 333/09/CONS Stipula 10 luglio 2009 Decorrenza 1° ottobre 2009

Il Co.re.com. Emilia Romagna ha consolidato l'esperienza acquisita nello svolgimento di tutte le funzioni delegabili ai sensi dell'Accordo quadro del 2008 e si avvia a concludere, nel settembre 2012, il triennio di durata della convenzione con l'Autorità. Rispetto all'anno di sperimentazione, non sono stati superati i problemi relativi all'organizzazione e al personale, permanendo una rilevante quota di precari nella struttura dedicati alle funzioni diverse da quelle relative alle controversie. Non sono mancate, tuttavia, significative iniziative in materia di tutela dei minori con riferimento ai nuovi media e interessanti studi sull'assetto territoriale dell'offerta televisiva da un punto di vista tecnico e contenutistico.

Nella tabella che segue, si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione e alla definizione delle controversie.

Tabella 4.7. *Co.re.com. Emilia Romagna – Controversie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	4.072	Istanze pervenute	626
Istanze inammissibili	112	Istanze inammissibili	41
Udienze svolte	3.373	Istanze accolte dall'operatore	461
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	2.808	Rigetto dell'istanza	35
Udienze con parziale esito positivo	27	Provvedimenti temporanei adottati	89
Udienze con esito negativo per mancato accordo	378		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	160		
DEFINIZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	287	Istanze pervenute	9
Provvedimenti decisori	25	Provvedimenti temporanei adottati	2

Fonte: Co.re.com. Emilia Romagna

Comitato per le comunicazioni della Regione Friuli Venezia Giulia

Legge istitutiva	Legge regionale 10 aprile 2001, n.1
Presidente	Paolo Francia
Deleghe I fase	Delibera n. 402/03/CONS Stipula 29 gennaio 2004 Decorrenza 1° febbraio 04
Deleghe II fase	Delibera n. 333/09/CONS Stipula 10 luglio 2009 Decorrenza 1° ottobre 2009

Nel 2011, anno di passaggio a regime nell'esercizio di tutte le materie delegate di cui all'Accordo quadro del 2008, si è celebrato il decennale dell'istituzione del Co.re.com. Friuli Venezia Giulia con bilancio positivo sull'attività svolta dal Comitato sul territorio e i benefici per i cittadini e il settore delle comunicazioni, nonostante le denunciate sofferenze che riguardano tutto il territorio nazionale.

Relativamente all'organizzazione, il Co.re.com. ha consolidato la propria esperienza nell'utilizzo di sistemi organizzativi informatizzati improntati all'efficienza ed efficacia della sua attività a garanzia degli utenti e degli operatori.

Il Co.re.com. in parola ha, inoltre, partecipato allo studio promosso dall'associazione ASTRID relativo a "ruolo dei Co.re.com. e sviluppo della Banda Larga" con l'Autorità.

I convegni organizzati nell'anno hanno riguardato i temi del digitale e della tutela dei minori nell'ambito dell'utilizzo di Internet.

Nella tabella che segue, si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione e alla definizione delle controversie.

Tabella 4.8. *Co.re.com. Friuli Venezia Giulia – Controversie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	1.507	Istanze pervenute	272
Istanze inammissibili	21	Istanze inammissibili	4
Udienze svolte	1.198	Istanze accolte dall'operatore	176
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	1.099	Rigetto dell'istanza	8
Udienze con parziale esito positivo	0	Provvedimenti temporanei adottati	44
Udienze con esito negativo per mancato accordo	195		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	33		
DEFINIZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	142	Istanze pervenute	0
Provvedimenti decisori	6	Provvedimenti temporanei adottati	0

Fonte: Co.re.com. Friuli Venezia Giulia

Comitato per le comunicazioni della Regione Lazio

Legge istitutiva	Legge regionale 3 agosto 2001, n. 19
Presidente	Francesco Soro
Deleghe I fase	Delibera n. 402/03/CONS. Stipula 18 dicembre 2003 Decorrenza 1° gennaio 04
Deleghe II fase	Delibera n. 668/09/CONS. Stipula 16 dicembre 2009 Decorrenza 1° gennaio 2010

Il Co.re.com. Lazio, nel primo anno di gestione a regime ordinario di tutte le deleghe, ha raggiunto un ottimo equilibrio organizzativo, essendosi liberato dell'arretrato e dedicando maggiore attenzione alla soddisfazione dell'utenza anche attraverso dei questionari relativi alla "*customer satisfaction*" in tema di controversie e servizi collegati al ROC.

Allo svolgimento di tutte le attività delegate, il Co.re.com. ha affiancato l'attività di studio del settore audiovisivo regionale attraverso l'ulteriore sviluppo del progetto "NextTV", avviato nel 2010, con l'obiettivo di analizzare le dinamiche del comparto alla luce dei trend del settore ICT, attraverso un Osservatorio dedicato.

Nella tabella che segue, si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione e alla definizione delle controversie, con i quali il Lazio si conferma la Regione con il maggior carico nella penisola.

Tabella 4.9. *Co.re.com. Lazio – Controversie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	7.507	Istanze pervenute	1.090
Istanze inammissibili	426	Istanze inammissibili	37
Udienze svolte	7.880	Istanze accolte dall'operatore	546
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	4.776	Rigetto dell'istanza	102
Udienze con parziale esito positivo	46	Provvedimenti temporanei adottati	510
Udienze con esito negativo per mancato accordo	2.285		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	366		
DEFINIZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	759	Istanze pervenute	0
Provvedimenti decisori	78	Provvedimenti temporanei adottati	0

Fonte: Co.re.com. Lazio

Comitato per le comunicazioni della Regione Liguria

Legge istitutiva	Legge regionale 24 gennaio 2001, n.5
Presidente	Pasqualino Serafini
Deleghe I fase	Delibera n. 402/03/CONS Stipula 19 febbraio 2004 Decorrenza 1° marzo 2004

Nell'anno di riferimento, il Co.re.com. Liguria si è distinto per la realizzazione di un indagine sui media locali, particolarmente significativa per la sua completezza, da un punto di vista economico e sociale, e per la dettagliata analisi di tutti gli aspetti rilevanti. Inoltre, sono stati trattati attraverso studi e convegni i temi dei minori, della rappresentazione di genere e proseguite le collaborazioni con gli altri soggetti istituzionali presenti sul territorio. In aggiunta all'esatto adempimento delle funzioni delegate di prima fase, attività promossa anche attraverso uno spot istituzionale realizzato dal Comitato stesso, il Co.re.com. Liguria ha realizzato un monitoraggio a sostegno dell'attività di vigilanza svolta dall'Autorità, in preparazione dell'acquisizione delle deleghe di seconda fase che auspicabilmente saranno richieste nel prossimo futuro.

Nella tabella che segue, si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione.

Tabella 4.10. *Co.re.com. Liguria – Controversie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	1.546	Istanze pervenute	290
Istanze inammissibili	76	Istanze inammissibili	32
Udienze svolte	1.155	Istanze accolte dall'operatore	95
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	754	Rigetto dell'istanza	139
Udienze con parziale esito positivo	0	Provvedimenti temporanei adottati	24
Udienze con esito negativo per mancato accordo	261		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	140		

Fonte: Co.re.com. Liguria

Comitato per le comunicazioni della Regione Lombardia

Legge istitutiva	Legge regionale 28 ottobre 2003 n. 20
Presidente	Fabio Minoli
Deleghe I fase	Delibera n. 95/05/CONS
	Stipula 3 marzo 2005
	Decorrenza 1° maggio 2005
Deleghe II fase	Delibera n. 617/09/CONS
	Stipula 16 dicembre 2009
	Decorrenza 1° gennaio 2010

Il 2011 ha visto l'insediamento del nuovo Comitato, che, insieme alla presa di coscienza e conoscenza delle attività svolte dall'Organo, ha impresso un rinnovato indirizzo al medesimo, caratterizzandolo per la forte attenzione al servizio al cittadino e la proiezione verso tematiche nuove, quali la *web reputation,* e di significativo impatto sui minori quale la campagna contro il bullismo, unitamente al consolidamento delle nuove funzioni delegate dall'Autorità.

Nella tabella che segue, si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione e alla definizione delle controversie, segnalando che in Lombardia si riporta un valore economico medio degli accordi raggiunti attraverso la conciliazione nettamente superiore alla media delle altre Regioni, pari a circa mille euro a fronte dei circa trecento dichiarati dagli altri Co.re.com.

Tabella 4.11. *Co.re.com. Lombardia – Controversie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	4.908	Istanze pervenute	942
Istanze inammissibili	259	Istanze inammissibili	76
Udienze svolte	3.702	Istanze accolte dall'operatore	893
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	3.298	Rigetto dell'istanza	30
Udienze con parziale esito positivo	11	Provvedimenti temporanei adottati	34
Udienze con esito negativo per mancato accordo	435		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	396		
DEFINIZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	330	Istanze pervenute	28
Provvedimenti decisori	15	Provvedimenti temporanei adottati	2

Fonte: Co.re.com. Lombardia

Comitato per le comunicazioni della Regione Marche

Legge istitutiva	Legge regionale 27 marzo 2001, n. 8
Presidente	Pietro Colonnella
Deleghe I fase	Delibera n. 18/04/CONS Stipula 28 luglio 2004 Decorrenza 1° settembre 2004

L'anno 2011 ha visto l'avvicendamento al vertice burocratico del Co.re.com. Marche di tre dirigenti, che si è ripercosso sull'organizzazione della struttura già sottodimensionata, senza tuttavia impedirne l'ordinario svolgimento delle funzioni proprie e delegate. Oltre all'esatto adempimento delle funzioni di prima fase delegate al Comitato, sono stati realizzati interessanti iniziative in materia di minori, già materia particolarmente curata per tradizione nella Regione.

Per quanto concerne la delega relativa al tentativo obbligatorio di conciliazione tra operatori ed utenti, nel corso dell'anno 2011, un lieve incremento delle istanze pervenute paga un alto tasso di inammissibilità e mancata comparizione delle parti, come sinteticamente riportato nella tabella che segue.

Tabella 4.12. *Co.re.com. Marche – Controversie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	1.659	Istanze pervenute	105
Istanze inammissibili	567	Istanze inammissibili	11
Udienze svolte	1.179	Istanze accolte dall'operatore	94
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	681	Rigetto dell'istanza	0
Udienze con parziale esito positivo	0	Provvedimenti temporanei adottati	17
Udienze con esito negativo per mancato accordo	132		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	279		

Fonte: Co.re.com. Marche

Comitato per le comunicazioni della Regione Molise

Legge istitutiva	Legge regionale 26 agosto 2002, n. 18
Presidente	Federico Liberatore
Deleghe I fase	Delibera n. 617/09/CONS
	Stipula 16 dicembre 2009
	Decorrenza 1°gennaio 2010
Deleghe II fase	Delibera n. 429/11/CONS
	Stipula 14 dicembre 2011
	Decorrenza 1° gennaio 2012

Il Co.re.com. Molise, conclusa positivamente la sperimentazione delle deleghe di prima fase a dicembre 2010, ha utilizzato il 2011 per prepararsi ad acquisire le deleghe di seconda fase, consolidando la struttura e l'organizzazione a tal fine. A partire da gennaio 2012, ha iniziato la sperimentazione delle nuove deleghe, essendosi dotato di personale e strumentazione idonei all'efficiente adempimento.

Al contempo, il Co.re.com. non ha trascurato di porre in essere una interessante iniziativa in materia di tutela dei minori, in collaborazione con l'Ufficio del Tutore Pubblico dei Minori.

Nella tabella che segue, si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione.

Tabella 4.13. *Co.re.com. Molise – Controversie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	232	Istanze pervenute	41
Istanze inammissibili	6	Istanze inammissibili	0
Udienze svolte	254	Istanze accolte dall'operatore	41
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	141	Rigetto dell'istanza	26
Udienze con parziale esito positivo	0	Provvedimenti temporanei adottati	15
Udienze con esito negativo per mancato accordo	44		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	41		

Fonte: Co.re.com. Molise

Comitato per le comunicazioni della Regione Piemonte

Legge istitutiva	Legge regionale 7 gennaio 2001, n. 1
Presidente	Bruno Geraci
Deleghe I fase	Delibera n. 18/04/CONS
	Stipula 16 giugno 2004
	Decorrenza 1° luglio 2004

Nell'anno 2011, il mandato del Co.re.com. Piemonte è scaduto e il Consiglio regionale ha provveduto all'elezione dei nuovi tre componenti in seguito alla modifica della legge regionale istitutiva. È stata riavviata la procedura per il conferimento delle deleghe di II fase, al momento in attesa della formalizzazione degli adempimenti regionali.

Sono state svolte compiutamente le attività relative alle funzioni delegate di I fase, ormai a regime, affiancandole al ruolo, consolidato, di istituzione che media gli interessi degli ascoltatori e con la finalità di esaltare le peculiarità del territorio, anche attraverso il progetto "La buona TV in Piemonte".

La struttura ha ottenuto la certificazione di qualità per le attività svolte, distinguendosi per capacità organizzativa ed esempio di efficienza ed efficacia nell'ambito della pubblica amministrazione.

Con specifico riferimento alla delega in materia di tutela dei minori, il Co.re.com. ha ricevuto e trattato 34 segnalazioni di presunte violazioni della normativa da parte delle emittenti televisive locali, meno della metà di quelle registrate nell'anno precedente.

Nella tabella che segue, si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione.

Tabella 4.14. *Co.re.com. Piemonte – Controversie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	4.307	Istanze pervenute	768
Istanze inammissibili	76	Istanze inammissibili	0
Udienze svolte	3.487	Istanze accolte dall'operatore	665
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	3.433	Rigetto dell'istanza	1
Udienze con parziale esito positivo	3	Provvedimenti temporanei adottati	103
Udienze con esito negativo per mancato accordo	463		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	355		

Fonte: Co.re.com. Piemonte

Comitato per le comunicazioni della Regione Puglia

Legge istitutiva	Legge regionale 28 febbraio 2000, n.3
Presidente	Felice Blasi
Deleghe I fase	Delibera n. 615/06/CONS
	Stipula 21 novembre 2006
	Decorrenza 1° gennaio 2007
Deleghe II fase	Delibera n. 333/09/CONS
	Stipula 10 luglio 2009
	Decorrenza 1° ottobre 2009

Nel 2011, il Co.re.com. Puglia ha rallentato la propria programmazione a causa della lunga *prorogatio* del Comitato, scaduto il 31 marzo e non rinnovato al 31 dicembre. Il nuovo Comitato si è insediato solo a febbraio 2012 e tale dilazione si è ripercossa sull'organizzazione, causando la mancata sostituzione delle risorse perdute e l'acquisizione di nuove in ragione dell'aumentato carico di lavoro, nonostante un nuovo portale abbia rafforzato la comunicazione esterna che integra la ormai solida tradizione nell'attività di relazione istituzionale di questo Co.re.com.

Esatta è stata, comunque, la gestione ordinaria delle materie delegate e proficuo l'impegno con le altre istituzioni presenti sul territorio volto alla tutela delle fasce più deboli, nonché il supporto prestato alle aziende del settore audiovisivo, colpite dalla congiuntura sfavorevole.

Nella tabella che segue, si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione e alle definizioni.

Tabella 4.15. *Co.re.com. Puglia – Controversie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	5.005	Istanze pervenute	604
Istanze inammissibili	646	Istanze inammissibili	40
Udienze svolte	4.176	Istanze accolte dall'operatore	339
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	3.105	Rigetto dell'istanza	37
Udienze con parziale esito positivo	1	Provvedimenti temporanei adottati	188
Udienze con esito negativo per mancato accordo	875		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	602		
DEFINIZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	436	Istanze pervenute	10
Provvedimenti decisori	16	Provvedimenti temporanei adottati	6

Fonte: Co.re.com. Puglia

Comitato per le comunicazioni della Regione Sardegna

Legge istitutiva	Legge regionale 28 luglio 2008, n. 11, e successive modificazioni
Presidente	Giorgio Atzori
Deleghe	no deleghe

Nel marzo 2012, il Consiglio regionale ha provveduto alla nomina del nuovo Comitato regionale per le comunicazioni per la Regione autonoma della Sardegna, il quale ha manifestato interesse all'acquisizione delle funzioni delegate, nella consapevolezza che la Sardegna non può essere esclusa dal sistema decentrato delle comunicazioni e i suoi cittadini sono stati troppo a lungo penalizzati da ritardi di natura politica e amministrativa.

Comitato per le comunicazioni della Regione Sicilia

Legge istitutiva	Legge regionale 26 marzo 2002, n.2, art. 101, modificato dall'articolo 23 della legge regionale 8 febbraio 2007, n. 2
Presidente	Ciro Di Vuolo
Deleghe I fase	Delibera n. 428/11/CONS Stipula 1° dicembre 2011 Decorrenza 1° gennaio 2012

Nel 2011, il Comitato siciliano, supportato dall'Assemblea regionale e dalla Regione Sicilia, ha compiuto il grande passo allineando la posizione dei cittadini isolani al resto della penisola attraverso la sottoscrizione della convenzione per l'esercizio delle deleghe di prima fase, con decorrenza gennaio 2012. Sono state, pertanto, poste in essere tutte le attività necessarie ad adeguare la struttura allo svolgimento dei nuovi compiti in termini organizzativi e strumentali, anche attraverso l'acquisizione delle necessarie ulteriori risorse umane.

Comitato per le comunicazioni della Regione Toscana

Legge istitutiva	Legge regionale 25 giugno 2002
Presidente	Sandro Vannini
Deleghe I fase	Delibera n. 402/03/CONS
	Stipula 28 gennaio 2004
	Decorrenza 1° febbraio 2004
Deleghe II fase	Delibera n. 617/09/CONS
	Stipula 16 dicembre 2009
	Decorrenza 1° gennaio 2010

Il 2011 è stato l'ultimo anno del quinquennio avviato alla fine del 2006 sotto la presidenza del Prof. Marino Livolsi, il cui mandato è scaduto a ottobre 2011. A conclusione dell'esperienza, il Comitato ha pubblicato una relazione sulle attività proprie e delegate svolte dal Comitato toscano dal 2007 al 2011.

A caratterizzare l'attività del Co.re.com. Toscana nell'anno 2011, sono stati gli adempimenti relativi alla transizione della Toscana alla tecnica di diffusione televisiva in digitale terrestre, avvenuta nel mese di novembre 2011, la vigilanza sul corretto svolgimento delle campagne elettorali e referendaria, nonché i monitoraggi sulla comunicazione istituzionale del Consiglio regionale, sulla comunicazione mobile dei giovani, sulla diffusione della banda larga in Toscana e i convegni e seminari in materia di comunicazione che caratterizzano la missione istituzionale del Co.re.com. Toscana.

Notevole impegno è stato profuso anche per il secondo anno di gestione delle tre nuove funzioni delegate (definizione delle controversie, Registro degli Operatori della Comunicazione e monitoraggi sull'emittenza locale). Nella tabella che segue, si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione e alle definizioni.

Tabella 4.16. *Co.re.com. Toscana – Controversie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	4.486	Istanze pervenute	661
Istanze inammissibili	191	Istanze inammissibili	83
Udienze svolte	3.193	Istanze accolte dall'operatore	347
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	2.661	Rigetto dell'istanza	57
Udienze con parziale esito positivo	10	Provvedimenti temporanei adottati	174
Udienze con esito negativo per mancato accordo	621		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	361		
DEFINIZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	436	Istanze pervenute	16
Provvedimenti decisori	27	Provvedimenti temporanei adottati	1

Fonte: Co.re.com. Toscana

Comitato per le comunicazioni della Provincia autonoma di Trento

Legge istitutiva	Legge provinciale 16 dicembre 2005 n. 19
Presidente	Enrico Paissan
Deleghe I fase	Delibera n. 695/06/CONS Stipula 16 marzo 2007 Decorrenza 1° aprile 2007
Deleghe II fase	Delibera n. 617/09/CONS Stipula 16 dicembre 2009 Decorrenza 1° gennaio 2010

Il Comitato di Trento ha consolidato nel 2011 l'attività relativa all'esercizio delle funzioni delegate stabilizzando l'attività relativa alle controversie tra operatori e utenti e ponendo in essere il monitoraggio, oltre che della concessionaria, delle due emittenti provinciali, in esito al quale sono emerse violazioni contenute in materia pubblicitaria. Esatta e conforme l'attività di gestione del ROC, non ha distratto il Comitato dalle realizzazione delle iniziative del tavolo di lavoro istituzionale avviato dalla Provincia Autonoma di Trento in collaborazione con "*Save the children*" e con numerosi altri organismi pubblici e privati allo scopo di sensibilizzare e informare sui nuovi media e i rischi associati al loro utilizzo.

Nella tabella che segue, si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione e alle definizioni.

Tabella 4.17. *Comitato Provinciale per le comunicazioni di Trento – Controverisie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	477	Istanze pervenute	95
Istanze inammissibili	5	Istanze inammissibili	1
Udienze svolte	395	Istanze accolte dall'operatore	77
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	333	Rigetto dell'istanza	1
Udienze con parziale esito positivo	28	Provvedimenti temporanei adottati	16
Udienze con esito negativo per mancato accordo	34		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	48		
DEFINIZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	38	Istanze pervenute	0
Provvedimenti decisori	4	Provvedimenti temporanei adottati	0

Fonte: Comitato Provinciale per le comunicazioni di Trento

Comitato per le comunicazioni della Regione Umbria

Legge istitutiva	Legge regionale 11 gennaio 2000, n.3
Presidente	Mario Capanna
Deleghe I fase	Delibera n. 402/03/CONS Stipula 5 febbraio 2004 Decorrenza 1° marzo 2004
Deleghe II fase	Delibera n. 617/09/CONS Stipula 16 dicembre 2009 Decorrenza 1° gennaio 2010

Nel 2011 il Co.re.com. Umbria, a causa di alcune difficoltà di carattere organizzativo sopravvenute relative principalmente alla dotazione di personale della struttura di supporto da parte delle Istituzioni regionali, ha richiesto e ottenuto l'affiancamento dell'Autorità per la gestione di arretrato venuto a generarsi nella materia delle controversie tra operatori e utenti di comunicazione elettronica. Grazie alla proficua collaborazione tra l'Autorità e il Consiglio regionale, nonostante l'avversa congiuntura economica e politica, si è riusciti a garantire le funzioni di vigilanza e garanzia sul territorio, concludendo l'anno senza rilevanti oneri arretrati.

Nella tabella che segue, si riportano i dati relativi ai tentativi obbligatori di conciliazione e alle definizioni.

Tabella 4.18. *Co.re.com. Umbria – Controversie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	1.509	Istanze pervenute	334
Istanze inammissibili	17	Istanze inammissibili	10
Udienze svolte	1.801	Istanze accolte dall'operatore	226
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	986	Rigetto dell'istanza	16
Udienze con parziale esito positivo	2	Provvedimenti temporanei adottati	85
Udienze con esito negativo per mancato accordo	185		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	142		
DEFINIZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	134	Istanze pervenute	11
Provvedimenti decisori	24	Provvedimenti temporanei adottati	3

Fonte: Co.re.com. Umbria

Comitato per le comunicazioni della Regione Valle D'Aosta

Legge istitutiva	Legge regionale 4 settembre 2001, n. 26
Presidente	Manuela Ghillino
Deleghe I fase	Delibera n. 402/03/CONS Stipula 17 dicembre 2003 Decorrenza 1° gennaio 2004

Il Comitato della Valle D'Aosta continua a patire la carenza di personale, sebbene le attività delegate di prima fase vengano svolte in maniera esatta. La vacatio creata dalla scadenza del mandato del Comitato in febbraio, è stata sanata da nuove nomine da parte delle Istituzioni regionali, in data 7 maggio 2012.

In relazione all'attività espletata relativa al tentativo obbligatorio di conciliazione, segnala una maggiore presenza di piccole aziende che ricorrono a tale strumento innalzando in maniera rilevante, da circa 600,00 euro a quasi 2.000,00 euro, il valore medio delle conciliazioni svolte nella Regione, i cui dati sono riportati nella tabella che segue.

Tabella 4.19. *Co.re.com. Valle d'Aosta – Controversie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	278	Istanze pervenute	38
Istanze inammissibili	2	Istanze inammissibili	0
Udienze svolte	266	Istanze accolte dall'operatore	19
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	182	Rigetto dell'istanza	0
Udienze con parziale esito positivo	0	Provvedimenti temporanei adottati	19
Udienze con esito negativo per mancato accordo	10		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	74		

Fonte: Co.re.com. Valle d'Aosta

Comitato per le comunicazioni della Regione Veneto

Legge istitutiva	Legge regionale 10 agosto 2001
Presidente	Alberto Cartia
Deleghe I fase	Delibera n. 18/04/CONS Stipula 23 dicembre 2004 Decorrenza 1° febbraio 2005

Il Co.re.com. Veneto nel 2011 ha subito una grande trasformazione dovuta al trasferimento della struttura, già incardinata nella Giunta, al Consiglio regionale con conseguente riorganizzazione degli uffici in termini di composizione del personale assegnato alla struttura di supporto e trasferimento della sede. Tale trasferimento, auspicato e sollecitato dall'Autorità, sebbene non abbia causato rilevanti disfunzioni nella gestione dell'attività ordinaria, non ha ancora permesso la definizione della nuova organizzazione e stabilizzazione della struttura, e, conseguentemente, ha ulteriormente rinviato il processo di attribuzione delle nuove funzioni delegate.

Nella tabella che segue, si riportano i dati relativi all'attività svolta nell'anno 2011 in materia di tentativi obbligatori di conciliazione delle controversie tra utenti e operatori di comunicazione.

Tabella 4.20. *Co.re.com. Veneto – Controversie operatore-utente*

CONCILIAZIONI		PROVVEDIMENTI TEMPORANEI	
Istanze pervenute	2.311	Istanze pervenute	367
Istanze inammissibili	5	Istanze inammissibili	44
Udienze svolte	2.908	Istanze accolte dall'operatore	164
Udienze con esito positivo (compresi gli accordi pre-udienza)	2.568	Rigetto dell'istanza	3
Udienze con parziale esito positivo	1	Provvedimenti temporanei adottati	57
Udienze con esito negativo per mancato accordo	903		
Mancata comparizione di una o entrambe le parti	257		

Fonte: Co.re.com. Veneto

4.2.2. Il Consiglio nazionale degli utenti

La legge 31 luglio 1997, n. 249, che all'art.1, comma 28, istituisce presso l'Autorità il Consiglio nazionale degli utenti affida a detto organismo l'importante compito di promuovere la tutela dei diritti e delle legittime esigenze dei cittadini protagonisti del processo comunicativo tenendo in particolare considerazione i diritti e le specifiche esigenze evolutive e i bisogni di protezione dei minori utenti dei servizi di telecomunicazioni e radiotelevisivi.

Il Consiglio nazionale degli utenti, a tal fine, può esprimere pareri e formulare proposte, all'Autorità, al Parlamento, al Governo e a tutti gli organismi pubblici e privati che operano nel comparto audiovisivo e può, altresì, organizzare confronti e dibattiti sulle questioni attinenti le complesse problematiche e le delicate tematiche afferenti a tale comparto.

Nell'esercizio delle funzioni conferitegli dalla legge il Consiglio nazionale degli utenti ha, ai sensi del regolamento sui criteri di designazione, l'organizzazione e il funzionamento di cui alla delibera n. 54/99 del Consiglio dell'Autorità e successive modifiche ed integrazioni, tra le sue finalità principali, quella di dare attuazione alle istanze democratiche di salvaguardia della dignità umana nell'ambito del sistema comunicativo, del pluralismo, della obiettività, completezza ed imparzialità dell'attività informativa e di comunicazione, dell'apertura alle diverse opinioni, tendenze politiche, sociali, culturali e religiose.

Il Consiglio nazionale degli utenti inoltre, sempre ai sensi del regolamento, deve conformare la propria attività ai precetti costituzionali in materia di libertà e diritti di informazione e di comunicazione, ai principi a cui si ispira il sistema radiotelevisivo pubblico e privato e dei mezzi di comunicazione di massa, contenuti nella normativa nazionale e comunitaria, ai criteri fondamentali in materia di tutela del consumatore e dell'utente risultanti dalle disposizioni vigenti. Può quindi attribuirsi al CNU la finalità di stimolare l'attuazione dei principi fondamentali del sistema dei servizi di media audiovisivi e della radiofonia, garantiti dalla Costituzione, quali la garanzia della libertà e del pluralismo dei mezzi di comunicazione radiotelevisiva, la tutela della libertà di espressione dell'individuo, inclusa la libertà di opinione e quella di ricevere o di comunicare

informazioni, l'obiettività, la completezza, la lealtà e l'imparzialità dell'informazione, l'apertura alle diverse opinioni e tendenze politiche, sociali, culturali e religiose, nel rispetto delle libertà e dei diritti, in generale della dignità della persona ed in particolare della promozione e tutela della salute, intesa quale completo stato di benessere biopsicosociale, del minore.

L'art.1, comma 3, del regolamento prevede altresì che l'Autorità possa affidare al CNU lo studio di particolari questioni e la formulazione di analisi a carattere progettuale e che ciò possa avvenire anche mediante rapporti con associazioni, enti, istituzioni operanti nei settori informativi e culturali, nei più diversi comparti dalla cinematografia allo sport.

La composizione del CNU deve pertanto esprimere nella maniera più ampia il pluralismo del mondo associativo di cittadini utenti, genitori, minori e persone diversamente abili. Lo stesso regolamento, così come modificato dalla delibera n. 399/10/CONS, precisa infatti che gli esperti tra i quali verranno nominati i membri del CNU possono essere designati da associazioni ex lege 37/2006 e da associazioni rappresentative degli utenti.

Gli undici membri che lo compongono devono essere particolarmente qualificati in campo giuridico, sociologico, psicologico, pedagogico educativo e mass-mediale e devono essersi distinti nell'affermazione dei diritti della dignità della persona e nella tutela dei minori.

Nella scelta dei componenti del CNU deve tenersi, inoltre, in debita considerazione la necessità di valorizzare competenze e sensibilità intrinseche alla società civile ed espressione di una attenzione costantemente rivolta alle fasce sociali più deboli ed alle persone in età evolutiva più vulnerabili di fronte ai modelli non di rado contrastanti e ai disvalori tanto spesso veicolati da mezzi di comunicazione particolarmente invasivi che, in connessione con i nuovi media da cui le nuove generazioni, in particolare nell'ambito dell'ecosistema digitale, sono innegabilmente attratte.

Per tali motivazioni uno dei primari compiti del CNU e fine specifico della sua azione è quello di promuovere la conoscenza delle complesse problematiche insite nel rapporto tra minori e media, di accrescere la consapevolezza del ruolo che questi ultimi svolgono nella formazione e nei processi evolutivi dei minori e di promuovere nei loro confronti una sempre maggiore e più efficace tutela.

Tutela peraltro ampiamente perseguita, per i propri importanti e impegnativi profili di competenza, dall'Autorità che, con specifico riferimento ai servizi di media audiovisivi e radiofonici, esplica una costante attività di monitoraggio e vigilanza, provvedendo a verificare il rispetto delle norme poste a tutela dell'utenza e dei minori e a comminare, all'esito di complessi e delicati procedimenti contenziosi, le relative sanzioni.

Questa importante ed impegnativa attività, in particolare, rende indispensabile per l'Autorità il poter usufruire di un organismo consultivo competente e plurale, qualificato nella specifica materia, che con flessibilità e snellezza di procedure possa sia esprimere nei casi generali il punto di vista e la sensibilità della società civile sia collaborare attivamente alla risoluzione di problemi specifici anche connessi alle fattispecie concrete ed all'interpretazione delle norme.

A tal fine è necessario costruire un organismo che nella sua equilibrata e specialistica composizione possa svolgere efficacemente la sua funzione istituzionale e mantenere al contempo con l'Autorità, un flusso, reciproco e continuo, di informazioni e suggerimenti, non necessariamente limitati ai rapporti ufficiali basati su pareri e proposte. Un organismo che possa realmente contribuire, in maniera costante, all'espletamento

delle importanti funzioni di tutela degli utenti e dei minori e a tenere vivo il dialogo con i cittadini utenti, sia in quanto singoli sia in quanto membri delle numerose associazioni operanti in questo campo nella società civile, facilitando così all'Autorità il delicato e vitale compito di coglierne le esigenze, le osservazioni e gli orientamenti.

Il Consiglio dell'Autorità, con la delibera n.397/11/CONS del 6 luglio 2011, ha nominato, al termine di un complesso ed impegnativo procedimento i componenti del nuovo Consiglio nazionale degli utenti, procedimento delle cui fasi salienti si sono già forniti brevi tratti nella precedente relazione nelle persone di Luca Borgomeo, Maria Micaela Fagiolo, Elisabetta Gavasci, Elisa Manna, Angela Nava Mambretti, Paolo Piccari, Isabella Poli, Marco Ramadori, Stefania Schettini Perillo, Laura Sturlese, Rosario Trefiletti.

Nella prima seduta di insediamento il Consiglio nazionale degli utenti ha proceduto alla elezione del Presidente nella persona di Luca Borgomeo e della Vicepresidente nella persona di Angela Nava Mambretti.

Il Consiglio nazionale degli utenti, a norma del regolamento, presenta una sua relazione annuale e alla stessa, pertanto, si ritiene di dover rimandare per una compiuta descrizione delle attività e delle iniziative poste in essere. Basti in questa sede sottolineare che Consiglio nazionale degli utenti ha intrapreso alacremente la propria azione finalizzata alla salvaguardia dei diritti e degli interessi degli utenti dei servizi di media audiovisivi, ponendo, particolare attenzione alle esigenze di tutela dei minori.

Il Consiglio ha, in particolare, ribadito la necessità di un riassetto globale della materia media e minori, che uniformi a livello normativo televisione, internet, videogiochi e videofonia. Il Consiglio sostiene infatti la necessità di un sistema unitario di regole di coregolamentazione dei vari ambiti mediatici per una più sicura tutela dei minori che garantisca il loro corretto sviluppo psicofisico. Tale processo si dovrebbe articolare nella definizione di un nuovo codice di coregolamentazione, che fissi principi generali e criteri oggettivi per i fornitori di servizi di media audiovisivi nel predisporre programmi al fine di informare, intrattenere ed istruire il grande pubblico.

La proposta si inserisce in un contesto che vede un alto grado di diffusività dei nuovi media e del mezzo televisivo nonché il notevole ampliamento delle possibilità di circolazione di contenuti mediatici, dovuto alle nuove tecnologie di trasmissione e alla convergenza dei media, il che comporta una grande facilità per ragazzi e adolescenti di accedere anche a contenuti nocivi per il loro sviluppo psicofisico e morale e un alto grado di invasività nella vita individuale e familiare dei minori.

Va inoltre sottolineata, per la sua rilevanza, la proposta di legge del Consiglio nazionale degli utenti intesa ad eliminare nelle fasce orarie a protezione rafforzata e a protezione specifica previste a tutela dello sviluppo della personalità dei minori dal Codice di autoregolamentazione media e minori qualsiasi forma di comunicazione commerciale audiovisiva avente ad oggetto il gioco d'azzardo.

Il Consiglio nazionale degli utenti, che già a suo tempo aveva redatto delle linee guida per una carta dei diritti delle persone con disabilità nelle comunicazioni e per una azione di superamento delle barriere comunicative, ha infine proposto di istituire, in collaborazione con l'Autorità, un tavolo permanente di confronto con le associazioni rappresentative delle persone con disabilità che possa costituire uno strutturato momento di proficuo dibattito inteso a risolvere il complesso e delicato problema delle barriere comunicative. La proposta ha incontrato la pronta adesione del Consiglio dell'Autorità che ha condiviso l'esigenza di un ascolto periodico delle richieste e delle legittime aspettative di dette associazioni in ambito istituzionale.

L'Autorità ha intrattenuto con il nuovo Consiglio nazionale degli utenti una intensa collaborazione che ha già contribuito positivamente, nel pieno rispetto delle diverse competenze, all'espletamento delle reciproche funzioni. Da parte sua il Consiglio nazionale degli utenti ha garantito all'Autorità, come già nelle precedenti consiliature, un costruttivo rapporto con i cittadini utenti, sia in quanto singoli sia in quanto membri delle numerose associazioni operanti in questo campo nella società civile, facilitando il delicato e vitale compito di coglierne le esigenze, le osservazioni e gli orientamenti.

4.2.3. Gli organi di *governance* degli Impegni di Telecom Italia

Il Gruppo di monitoraggio sugli Impegni di Telecom Italia

L'Autorità, con la delibera n. 718/08/CONS, ha accettato e reso obbligatori, a partire dal 1° gennaio 2009, gli Impegni presentati da Telecom Italia e relativi, principalmente, al funzionamento della rete fissa di accesso della società medesima.

Gli Impegni, articolati operativamente su 14 gruppi, sono volti *inter alia* a fornire ulteriori garanzie in materia di parità di trattamento tra la divisione *retail* di Telecom Italia e gli operatori alternativi che utilizzano i servizi *wholesale* di Telecom Italia, nonché a migliorare i processi operativi, con riferimento alle attivazioni di nuovi clienti finali e alle migrazioni inter-operatore.

Gli Impegni sono stati monitorati dal Gruppo di monitoraggio degli Impegni (GMI) dell'Autorità, costituito formalmente nell'ottobre 2009. Il GMI ha costantemente verificato gli adempimenti posti in essere da Telecom Italia, riscontrando, nell'arco di tempo compreso tra ottobre 2009 ed dicembre 2011, la progressiva e sostanzialmente corretta attuazione da parte di Telecom Italia dell'insieme degli Impegni in questione, ossia degli obblighi a fare assunti dall'azienda, anche in relazione al rispetto delle tempistiche previste.

La gestione di taluni processi, quali ad esempio il nuovo processo di *delivery,* ha richiesto la piena collaborazione ed interazione tra Telecom Italia e gli operatori alternativi (OLO), in linea con quanto attesta l'esperienza internazionale in materia, a riprova del fatto che la ricerca (e soprattutto il raggiungimento) dell'equilibrio non risultano immediati, richiedendo piuttosto un comportamento effettivamente collaborativo da parte di tutti gli operatori coinvolti.

Sul piano procedurale, il GMI ha provveduto pertanto a sollecitare costantemente Telecom Italia, formulando precise indicazioni, spesso a seguito di specifiche richieste e segnalazioni da parte degli OLO. Sotto tale ultimo profilo, il GMI ha incontrato più volte i rappresentanti degli OLO, separatamente o congiuntamente con i rappresentanti di Telecom Italia, contribuendo così ad alimentare un proficuo dialogo tra le parti. In particolare, la modalità di interazione adottata dal GMI si è resa necessaria in ragione della elevata tecnicità della materia e della esigenza di individuare soluzioni operative – anche innovative – che fossero valide per tutti i partecipanti.

L'esecuzione degli Impegni è risultata essere un passo importante nella direzione di una nuova forma relazionale con continue interazioni tecnico-commerciali, necessariamente cooperative perché avvengono sulla stessa rete, tra operatori che di fatto sono concorrenti.

L'evoluzione del lavoro relativo agli Impegni è descritta in dettaglio nella Delibera n. 600/11/CONS, con cui l'Autorità ha archiviato i procedimenti sanzionatori collegati con gli Impegni, mentre il monitoraggio relativo ad alcuni Gruppi d'Impegni aventi rilievo regolamentare (nn. 1,3,4,5,6) continuerà nell'ambito delle attività ordinarie degli uffici competenti.

Infine, in merito al Gruppo di Impegni n. 8 (*integrazione della contabilità regolatoria di Telecom Italia e determinazione dei transfer charge*), con la Delibera n. 2/11/CONS, l'Autorità ha sottoposto a consultazione pubblica la definizione di apposite Linee Guida per l'applicazione dei nuovi modelli di Contabilità Regolatoria di rete fissa e la predisposizione di appositi contratti di servizio, con l'obiettivo di evidenziare i flussi economici degli scambi interni tra le divisioni commerciali di Telecom Italia e le unità organizzative preposte alla fornitura dei servizi relativi ad Open Access, così da dimostrare la piena equivalenza fra le divisioni interne dell'*incumbent* e gli OLO.

Con la delibera n. 678/11/CONS, l'Autorità ha quindi adottato le suddette Linee Guida.

Il Comitato NGN Italia

Con la delibera n. 64/09/CONS del 13 febbraio 2009, l'Autorità ha istituito "un gruppo di lavoro multilaterale con funzioni consultive aperto alla partecipazione degli operatori", denominato Comitato NGN Italia.

L'art. 73 della delibera 731/09/CONS affidava al Comitato NGN Italia il compito di predisporre, entro sei mesi dalla pubblicazione del provvedimento finale, una proposta di "Linee guida per la disciplina della transizione verso le reti NGN". Il Comitato ha conseguentemente prodotto le sue proposte in relazione alle procedure di migrazione dal rame alla fibra ottica, alle modalità di *unbundling* degli accessi in fibra, alla disciplina delle condizioni di offerta dei servizi *bitstream* su fibra ed alle condizioni di condivisione delle infrastrutture, ivi comprese le installazioni all'interno dei condomini.

Concluse le attività relative alla proposta di linee guida, per iniziativa degli operatori aderenti al Comitato, il Consiglio dell'Autorità ha approvato un piano di lavoro volto ad investigare ulteriori temi che sono stati, come di consueto, studiati nell'ambito di gruppi di lavoro appositamente costituiti. L'obiettivo è stato proporre in relazione agli aspetti tecnico-economici e tenendo anche conto dei profili giuridici connessi, soluzioni ad alcune problematiche, tuttora aperte nel processo di migrazione verso le NGN relative a i) diritti di passaggio, ii) accesso all'edificio e realizzazione del cablaggio verticale d'immobile; iii) possibile ampliamento del contenuto del servizio universale; iv) finanziamento pubblico dei collegamenti d'edificio in fibra ottica. Al riguardo si riporta, sinteticamente, l'illustrazione fornita dal prof. Vatalaro, Presidente del Comitato NGN Italia, il 10 maggio nel corso del workshop di presentazione delle attività svolte nel 2011.

Il tema dei diritti di passaggio ha condotto ad esaminare una serie di questioni relative all'ottenimento delle autorizzazioni, anche nei casi di nuove tecniche di scavo, per gli attraversamenti su cavalcavia e sottopassi, per l'utilizzo di infrastrutture di terzi (comprese quelle pubbliche), per la sottotubazione in infrastrutture di terzi, per l'allestimento di nuova cablatura sulla facciata degli edifici e, infine, per l'installazione nelle parti comuni degli stabili.

Il tema dell'accesso agli edifici e della cablatura della tratta del cablaggio verticale ha riguardato le problematiche operative connesse al dispiegamento sul campo di

soluzioni complete in fibra ottica nei diversi contesti operativi che potrebbero presentarsi in un reale ambiente multi operatore, cercando di individuare e risolvere i punti di criticità che possono verificarsi nella realizzazione della rete NGA, con particolare riferimento alle problematiche di cambio di operatore, di allaccio dell'utente finale e di interazione con i condomini.

In merito al tema del servizio universale, il compito affidato al Comitato dal Consiglio dell'Autorità è stato verificare se il perimetro dei servizi, attualmente inclusi negli obblighi di fornitura del servizio universale, possa essere ampliato in un'ottica prospettica di sviluppo dei servizi a banda larga e ultralarga. L'analisi condotta ha portato a concludere che l'ambito oggettivo del servizio universale non dovrebbe essere ampliato. Infatti, in base a quanto previsto dalla normativa europea e nazionale, non sembra sussistano i presupposti, né economici né giuridici, per imporre obblighi di fornitura di collegamenti a banda larga e ultralarga.

L'incarico ricevuto dal Consiglio in materia di finanziamento pubblico era indirizzato verso l'approntamento di un modello di finanziamento statale da erogarsi a favore degli utenti finali per le attivazioni di linee in fibra ottica, cercando di minimizzare e rendere sostenibile il saldo tra entrate e uscite per il soggetto pubblico finanziatore. L'obiettivo era volto più precisamente a fornire risultati quantitativi sull'analisi dell'impatto di tale intervento pubblico sia sul versante degli utenti e degli operatori, che su quello del soggetto pubblico finanziatore. Pur non essendo stato possibile produrre un documento pienamente condiviso, in virtù dei differenti interessi in campo, tuttavia l'articolazione del dibattito (che ha dato luogo a ben cinque diversi posizionamenti) rappresenta un utilissimo punto di partenza per ulteriori approfondimenti e decisioni in materia. La proposta operativa che sembra di potersi prediligere riguarda un modello interessante di finanziamento del verticale in fibra, da erogare direttamente a favore del cliente finale (o al condominio), che potrebbe aprire possibilità di finanziamento pubblico in un'ottica neutrale con il vantaggio di un pieno recupero da parte dello Stato delle erogazioni, attraverso i ritorni assicurati dalla fiscalità, abbassando in tal modo la barriera di costo di sviluppo della rete attraverso una sovvenzione per il cablaggio verticale di palazzo.

OTA Italia

OTA Italia è l'organismo mutuato dall'esperienza inglese che l'Autorità ha istituito con la delibera n. 121/09/CONS, sulla base degli impegni assunti da Telecom Italia ed approvati con la delibera n. 718/08/CONS.

Sin dall'inizio OTA-IT a perseguito l'obbiettivo di facilitare, in modo pragmatico ed *amichevole*, il confronto tra TI e gli OLO, per affrontare, nell'ambito del suo mandato e dei suoi confini, ogni problematica segnalata dagli operatori.

In particolare, ad OTA Italia, sono stati affidati i seguenti compiti da espletare attraverso la costante interlocuzione con gli operatori: i. prevenire l'instaurarsi di controversie tra gli operatori, adoperandosi anche per migliorare l'interazione dei flussi informativi e dei processi operativi, nel rispetto delle prescrizioni regolamentari; ii. agevolare la composizione delle divergenze tra gli operatori, adoperandosi per la sollecita definizione dei contenziosi di carattere tecnico ed operativo, anche attraverso il tentativo di conciliazione dei soggetti coinvolti; iii. segnalare alla Commissione per le Infrastrutture e le Reti (CIR) o alle altre Direzioni competenti dell'AGCOM, l'opportunità di interpretare con più esattezza clausole regolamentari che provocano differenti interpretazioni con conseguenti contenziosi.

La metodologia di intervento di tale organismo è basata sul raggiungimento di un *accordo volontario* tra Telecom Italia e gli operatori alternativi (Accordo di Adesione), relativamente alle tematiche tecnico-operative che possono insorgere in merito ai servizi di accesso alla rete fissa, al fine di facilitare l'implementazione dei relativi processi. Nello specifico, gli operatori propongono le tematiche che ritengono importanti da affrontare pei rinnovare alcuni processi che si inseriscono operativamente nell'ambito delle classiche fasi regolamentari (*Provisioning, Delivery, Assurance*). Tali proposte vengono esaminate in una riunione plenaria fino a confluire in un documento denominato "Temi aperti" previsto dal regolamento OTA-Italia. Tra tutti i temi evidenziati, ne vengono scelti alcuni dei quali ritenti più urgenti e si creano dei Gruppi di Lavoro che operano in parallelo su tematiche differenti.

Nel periodo di riferimento della presente relazione annuale, da luglio 2011 fino al marzo 2012[177], è continuato il lavoro operativo di OTA Italia, con particolare riferimento ad alcuni temi, per molti dei quali l'organismo ha già previsto delle linee di intervento. In particolare, alcune delle tematiche proposte dagli operatori, sia di carattere più generale sia di natura più specifica, hanno riguardato:

A) Problematiche relative all'acquisizione clienti *("Provisioning")*;

B) Problematiche di carattere generale relative agli ordinativi ("Delivery");

C) Problematiche informatiche degli ordinativi;

D) Problematiche relative alla gestione dell'attività di natura impiantistica in Rete di Accesso;

E) Problematiche relative a qualità, degradi, guasti, riparazioni e gestione clienti ("Assurance");

F) Problematiche relative ad altre attività successive all'espletamento ordinativi ("Gestione reclami", ecc.).

Nell'ambito delle problematiche inerenti al punto A) Acquisizione clienti *("Provisioning")*, è stato raggiunto un accordo, concernente le attivazioni sincrone voce-dati per una soluzione tecnica relativa alle Linee Attive (LA). Sempre nello stesso ambito, OTA Italia, ha approvato una linea di intervento anche in merito alle segnalazioni di disservizi nei processi di migrazione tra operatori e nei processi di NP Pura. In particolare, l'obiettivo è quello di analizzare alcuni aspetti tecnici che sono suscettibili di generare disservizi nelle procedure di migrazione e di portabilità del numero e, se possibile, valutare la definizione di adeguati processi di Assurance e l'introduzione di specifici processi nei rapporti tra gli operatori.

In merito alle problematiche relative alla gestione dell'attività di natura impiantistica in Rete di Accesso (punto D), due sono i temi su cui OTA Italia ha stabilito delle linee di intervento: 1) miglioramento del processo di segnalazione OLO e di risoluzione da parte di TI delle criticità/anomalie sui sistemi informatici; 2) procedure per la gestione del ripristino della rete in casa cliente nei casi di trasferimento delle utenze tra operatori.

Relativamente al punto E) – problematiche riguardanti la qualità, i degradi, i guasti, le riparazioni e la gestione clienti ("Assurance"), OTA Italia ha affrontato prioritariamente i temi riguardanti la gestione degradi di livello fisico e livello logico – Fase operazionale.

177 Nel luglio 2011 è stato chiuso il Documento denominato "Temi aperti TA.V3"; dando così inizio al Documento, poi concluso a marzo del 2012, "Temi aperti TA.V4". Tali documenti cono disponibili sul sito http.//www.ota-italia.it/.

4.3. L'organizzazione dell'Autorità

4.3.1. L'organizzazione e le risorse umane

Gli organi dell'Autorità

Il 15 maggio 2012 è scaduto il mandato del presidente Corrado Calabrò e dei componenti dell'Autorità (figura 4.6) a sette anni dall'insediamento avvenuto il 16 maggio 2005 e – al momento in cui si scrive – opera in regime di *prorogatio*, che non si protrarrà oltre i sessanta giorni dalla scadenza del mandato dei suoi componenti, atteso il parere del Consiglio di Stato n. 2169/2012. Il Parlamento italiano, al quale la legge istitutiva dell'Autorità affida il compito di eleggere i commissari dell'Autorità, procederà alla elezione dei nuovi commissari in un rinnovato quadro normativo – quello definito dal decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201 –, il quale, nel più ampio contesto di adozione di misure per la crescita e il consolidamento dei conti pubblici, stabilisce, infatti, al suo art. 23, comma 1, lettera a), che il numero dei componenti del Consiglio dell'Autorità è ridotto da otto a quattro, escluso il presidente. La legge 22 dicembre 2011, n. 214 di conversione del decreto-legge ha aggiunto, in modo più puntuale, che "*il numero dei componenti della Commissione per le infrastrutture e le reti dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni di cui alla legge 31 luglio 1997, n. 249, è ridotto da quattro a due, escluso il Presidente e quello dei componenti della commissione per i servizi e i prodotti dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni di cui alla legge 31 luglio 1997, n. 249, è ridotto da quattro a due, escluso il Presidente".* La designazione del Presidente dell'Autorità è riservata al Presidente del Consiglio dei ministri, il quale opera d'intesa con il Ministro dello sviluppo economico. La designazione di origine governativa è sottoposta al parere favorevole delle commissioni parlamentari competenti, le quali si esprimono a maggioranza dei due terzi dei componenti.

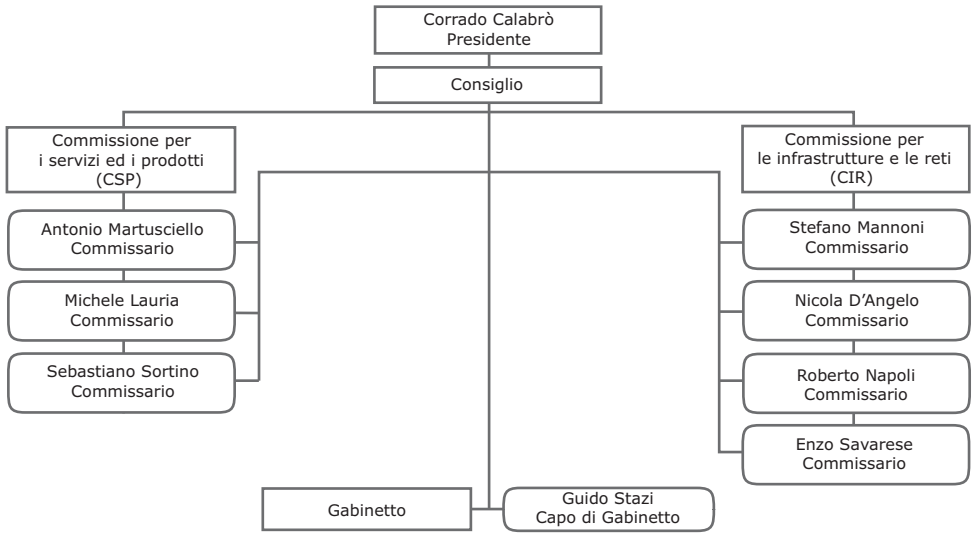
Il legislatore, riducendo il numero dei componenti complessivamente da otto a quattro, ha voluto perseguire la finalità del contenimento dei costi degli apparati amministrativi pubblici, ma ha lasciato inalterato il disegno definito dalla legge istitutiva n. 249/97. Come noto, infatti, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni si articola in quattro organi: il Presidente, la Commissione per le infrastrutture e le reti, la Commissione per i servizi e i prodotti, il Consiglio. Per effetto del decreto legge 6 dicembre 2011, n. 201, dunque, gli organi collegiali dell'Autorità hanno un nuovo assetto: le Commissioni sono costituite, ciascuna, dal Presidente dell'Autorità e da due commissari; mentre il Consiglio è costituito dal Presidente e da quattro commissari. Per ciascuno di essi la legge definisce non solo la composizione ma anche le competenze, affidando, però, all'Autorità stessa il potere di riallocarle al suo interno tra i vari organi. Anche la seconda consiliatura (2005-2012), presieduta dal presidente Corrado Calabrò, si è avvalsa di tale prerogativa, ogni qualvolta sia emersa l'opportunità di imprimere maggiore efficacia al proprio intervento di regolazione e di vigilanza. Così, da ultimo nel 2010, l'Autorità, attivando l'articolo 32 del suo regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento, ha attratto nell'ambito decisionale del Consiglio le competenze in materia di tutela dei consumatori, ritenendo la

sede consiliare la più idonea a garantire, attraverso la collegialità, il dibattito pluralistico e il necessario approfondimento di tematiche di rilevante interesse generale. Un ruolo certamente egemone, quello del Consiglio, ribadito anche dal principio stabilito nel citato articolo 32, per cui "tutte le funzioni diverse da quelle previste nella legge n. 249/97 e non specificamente assegnate alle Commissioni sono esercitate dal Consiglio."

Ne è conseguito che le nuove competenze attribuite negli anni, a partire da quelle in materia di conflitto di interessi, fino ai diritti audiovisivi sportivi, passando per le tutele del consumatore, introdotte dalle c.d. "leggi Bersani", siano state assegnate al Consiglio. L'ultimo tassello, aggiunto dal citato decreto-legge n. 201/11 (art. 21, commi 13 e 14), è quello relativo alle competenze in materia di servizi postali, affidate all'Autorità, che subentra all'Agenzia istituita dal decreto legislativo n. 58/11, ma mai divenuta effettivamente operativa.

Il commissario Antonio Martusciello, succeduto al commissario Giancarlo Innocenzi Botti, si è insediato il 9 settembre 2010; mentre non è stato sostituito il commissario Gianluigi Magri, il quale ha rassegnato le proprie dimissioni il 29 novembre 2011, per effetto della nomina a sottosegretario nel Gabinetto Monti.

Figura 4.6. *Gli Organi e il Gabinetto dell'Autorità (30 aprile 2012)*



Fonte: Autorità

La struttura dell'Autorità

I diversi profili di autonomia che le leggi istitutive attribuiscono all'Autorità risultano funzionali ad assicurare la piena esplicazione delle prerogative di istituzionali di indipendenza, autonomia e imparzialità nell'esercizio delle proprie competenze. L'autonomia organizzatoria e di organico, completata dall'autonomia di bilancio e contabile, riconosciute dalla legge all'Autorità si sono concretizzate nella adozione dei propri

regolamenti (ex art. 1, comma 9 della legge n. 249/97) concernenti l'organizzazione e il funzionamento degli uffici; il trattamento giuridico ed economico del personale; i bilanci, i rendiconti e la gestione delle spese, anche in deroga alle disposizioni sulla contabilità generale dello Stato.

Il regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità, oltre a definire il funzionamento degli organi, delinea la struttura dell'Autorità, al vertice della quale è collocato il Segretario generale. Egli risponde agli Organi del complessivo funzionamento, nonché del loro rendimento, delle Direzioni e dei Servizi, tenuto conto delle priorità e degli indirizzi stabiliti. Nelle attività di programmazione, pianificazione e controllo strategico, il Segretario generale può essere coadiuvato, nelle funzioni di coordinamento, da due Vice Segretari generali. Infine, per una più razionale definizione e distribuzione dei compiti d'istituto e delle responsabilità dirigenziali, il Consiglio ha introdotto la figura del vice direttore, individuato in un dirigente di secondo livello, il quale opera sulla base di una delega del direttore della relativa unità organizzativa di primo livello.

L'evoluzione del quadro delle competenze assegnate dal Legislatore impone che l'Autorità monitori costantemente il proprio assetto organizzativo, al fine di verificarne l'idoneità rispetto ai compiti che le sono affidati. È quindi in ragione di tale processo che l'Autorità ha rivisitato anche nel corso del 2011 e, ancora, nei primi mesi del 2012, la propria struttura organizzativa con l'obiettivo di renderla più aderente alle esigenze operative. Così, pur mantenendo l'impianto varato nel 2006, il Consiglio dell'Autorità è intervenuto con aggiustamenti progressivi varati con le delibere nn. 349/11/CONS, 731/11/CONS e 58/12/CONS. Attraverso il riequilibrio operato all'interno della pianta organica e la ristrutturazione organizzativa, l'Autorità ha avviato una nuova stagione concorsuale per le posizioni vacanti nelle singole qualifiche.

La rimodulazione organizzativa ha determinato la riassegnazione di alcune competenze sulla base di un criterio logico di funzionalità e razionalità operativa, nonché di corretto bilanciamento delle risorse tra le due sedi dell'Autorità. Le rilevanti competenze della soppressa Direzione studi, ricerca e formazione sono state attribuite alla Direzione analisi di mercato, concorrenza e studi; mentre le competenze in materia di comunicazione politica e conflitto di interessi sono state allocate nella Direzione servizi media, alla quale sono affidate le più generali competenze in materia di audiovisivo, nonché le più recenti in materia di diritti audiovisivi sportivi e di diritto d'autore. Alla soppressione di due unità organizzative di primo livello ha fatto riscontro l'istituzione della Direzione servizi postali, alla quale sono attribuite le competenze di cui all'art. 2 del decreto legislativo n. 58/2011. Infine, sono state ricondotte nell'alveo della supervisione diretta del Segretario generale le competenze in materia di politiche dello spettro radioelettrico.

Nel Segretariato generale sono incardinate le attività di supporto agli organi collegiali; nonché le funzioni relative alle relazioni internazionali e comunitarie; alla comunicazione e ai rapporti con la stampa; alla pianificazione e gestione dei sistemi informativi; le politiche in materia di spettro radioelettrico.

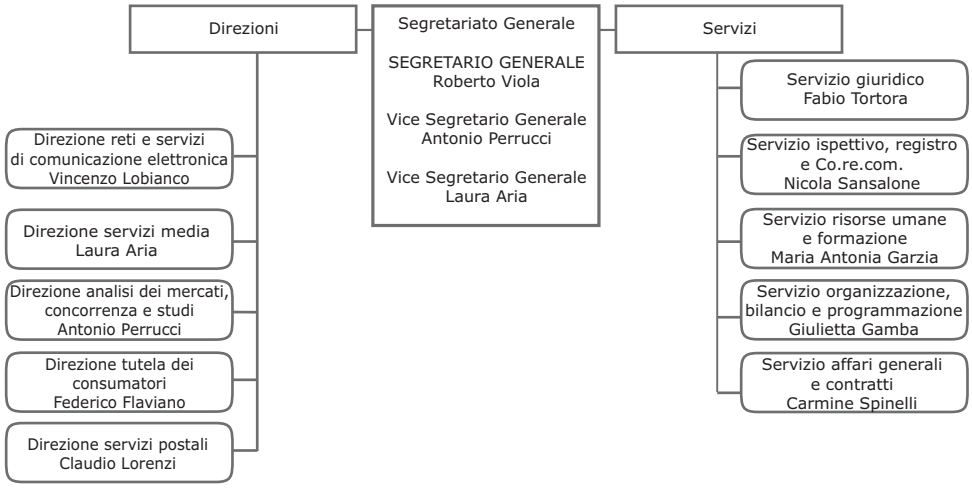
5 Direzioni e 5 Servizi sono individuati quali unità organizzative di primo livello, a loro volta articolati in uffici di secondo livello, distribuiti tra la sede di Napoli e la sede di Roma, per complessive 45 posizioni dirigenziali. Le competenze in materia di gestione delle risorse umane, di bilancio e contabilità, di affari generali e di attività contrattua-

li, sono attribuite a tre diversi Servizi, qualificati di primo livello, direttamente coordinati dal Segretario generale, ovvero da un Vice Segretario generale delegato. Il Capo di Gabinetto dell'Autorità opera in sinergia con il Segretario generale a garanzia del buon funzionamento delle attività degli Organi collegiali. Al Gabinetto fanno capo le attività relative alle relazioni istituzionali e ai rapporti con le associazioni dei consumatori e assicura il supporto organizzativo al Consiglio nazionale degli utenti, agli organismi preposti al controllo interno e al Comitato etico.

Con l'obiettivo di contenimento dei costi e, al contempo, di razionalizzazione dei processi e di miglioramento della qualità dei servizi e delle prestazioni rivolte all'utenza (cittadini ed imprese), l'Autorità, nel corso dell'ultimo anno, ha implementato e, in alcuni casi esteso, le procedure di tipo telematico, in grado di produrre un impatto positivo nel rapporto tra istituzione e imprese/cittadini. In particolare, ha definito interventi per la gestione informatizzata della documentazione amministrativa, per l'utilizzo della posta certificata, per l'interoperabilità con le reti delle altre amministrazioni, per l'acquisizione automatica delle dichiarazioni delle imprese (contributo, informativa economica di sistema, etc.) e delle segnalazioni degli utenti. Sono ormai consolidate le procedure telematiche semplificate di accesso al Registro degli operatori di comunicazione (ROC), che consentono, tra l'altro, significativi risparmi in termini organizzativi e di eliminazione degli sprechi conseguenti al mantenimento di documenti in forma cartacea. Si sono concluse le procedure ad evidenza pubblica per l'affidamento di un incarico per la ristrutturazione del sito *web*, che dovrà coniugare funzionalità e innovazione. Sul fronte interno, sono state perfezionate le procedure relative alla gestione del personale, con l'implementazione del sistema di rilevazione delle presenze che ha ridotto drasticamente il flusso cartaceo relativo alle istanze di congedo, permessi e missioni. Anche la gestione relativa alle retribuzioni e alla certificazione dei redditi si è proficuamente avvalsa dello sviluppo di applicativi che consentono, pur tutelando la riservatezza degli interessati, la disponibilità dei documenti dalle postazioni individuali dei dipendenti.

Infine, in continuità con le scelte già operate negli anni precedenti in termini di contenimento dei costi di gestione, anche in analogia con quanto già avviato presso altre autorità amministrative indipendenti e con le più generali direttive che coinvolgono l'intero settore delle amministrazioni pubbliche, l'Autorità sta operando per ridurre gli sprechi derivanti dalla produzione e dal mantenimento di documentazione in forma cartacea (de-materializzazione). È ormai consolidata la portata innovativa della normativa intervenuta con la legge n. 69 del 2009, la quale – al fine di contenere gli oneri connessi alla pubblicazione cartacea degli atti e dei provvedimenti – dispone che a partire dal 1° gennaio 2011 "*gli obblighi di pubblicazione di atti e provvedimenti amministrativi aventi effetto di pubblicità legale si intendono assolti con la pubblicazione nei propri siti informatici da parte delle amministrazioni e degli enti pubblici obbligati*". Come già ricordato lo scorso anno, l'Autorità ha adottato la delibera n. 125/11/CONS, con la quale ha determinato che tutti gli atti e i provvedimenti recanti decisioni dell'Autorità sono pubblicati nel sito web e solo in presenza di una specifica previsione siano pubblicati anche nella *Gazzetta ufficiale*.

Figura 4.7. *La struttura dell'Autorità*



Fonte: Autorità

Le risorse umane

In considerazione degli impegni che gravano in misura sempre più rilevante sull'Autorità e, in special modo, degli impegni in materia di assegnazione delle frequenze, di regolamentazione dei servizi di accesso alle reti di nuova generazione, nonché in materia di nuovi servizi di media audiovisivi e di tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica, sono stati adottati due bandi di concorso volti all'assunzione di 26 figure professionali – 6 operativi e 20 funzionari –. Le procedure concorsuali sono attualmente in corso di svolgimento.

Inoltre l'Autorità in considerazione dei risultati positivi ottenuti attraverso i contratti di specializzazione con i giovani laureati ed in virtù della imminente scadenza dei medesimi contratti, ha adottato, con la delibera n. 414/11/CONS, un nuovo bando per la selezione di 20 giovani laureati da assumere con contratto di specializzazione a tempo determinato. La selezione è attualmente in corso di espletamento. In particolare, tale procedura selettiva ha l'obiettivo di reclutare risorse di diversa formazione (giuridica, sociologica, tecnica ed economica) da inserire nel tessuto operativo dell'Autorità al fine di innescare un processo virtuoso di rinnovamento generazionale di cui poter giovarsi nel prossimo futuro.

In considerazione dell'imminente scadenza dei contratti di specializzazione dei giovani laureati assunti a luglio del 2009 l'Autorità ha espletato una procedura per lo scrutinio di idoneità degli stessi finalizzata all'assunzione dei contrattisti a tempo determinato nella qualifica funzionariale, livello iniziale.

In data 3 ottobre 2011, concluse le operazioni concorsuali, sono stati assunti 5 nuovi operativi, con contratto a tempo determinato, di cui due con mansioni di analista e sviluppatore di sistemi *software* e tre per la conduzione e manutenzione di sistemi informatici e di supporto tecnico agli utenti.

Al fine di valorizzare le competenze professionali sviluppate dai dipendenti attraverso la valutazione del merito e delle esperienze maturate, l'Autorità, con la delibera n. 417/11/CONS, il Consiglio ha avviato una procedura selettiva interna per la promozione di cinque funzionari al livello iniziale della qualifica dirigenziale.

Inoltre l'Autorità ha adottato con la delibera n. 416/11/CONS un'ulteriore procedura selettiva interna, riservata al personale operativo di ruolo, con l'obiettivo di valorizzare le esperienze maturate dalle risorse interne in servizio da almeno cinque anni e in possesso del titolo di laurea in materie attinenti all'attività istituzionale dell'Autorità.

Al fine di rafforzare la struttura amministrativa dell'Autorità, considerata la necessità di garantire la copertura stabile di un ruolo nevralgico della struttura stessa, l'Autorità, con delibera n. 419/11/CONS, ha adottato un bando per la selezione di un Dirigente con competenze in materia di contabilità da assegnare al Servizio organizzazione bilancio e programmazione.

Preso atto, poi, dell'esigenza di dotarsi di personale operativo provvisto delle competenze e dell'esperienza necessaria per svolgere mansioni di elaborazione delle buste paga e dei connessi adempimenti fiscali e accertata l'impossibilità di reperire personale con tali competenze nell'ambito dei dipendenti attualmente in servizio, l'Autorità ha adottato, con delibera n. 415/11/CONS, un ulteriore bando per la selezione di quattro impiegati da assumere con contratto a termine, della durata di quattro anni.

In considerazione del rilievo progressivamente assunto dai Corecom nell'esercizio delle funzioni ad essi delegate dall'Autorità, soprattutto a partire dalle nuove deleghe in tema di decisione di controversie tra consumatori e operatori, di monitoraggio delle emittenti locali e di gestione del Registro degli Operatori di Comunicazione l'Autorità ha inoltre adottato, con delibera n. 418/11/CONS, un bando per la selezione di un Dirigente competente a gestire i rapporti con i Comitati regionali per le comunicazioni.

In considerazione delle nuove competenze attribuite in materia postale all'Autorità è stato adottato, con la delibera n 59/12/CONS, un bando per la selezione di un Dirigente di seconda fascia – livello iniziale, con competenze in materia di regolamentazione dei servizi a rete. Il concorso è attualmente in corso di svolgimento.

Infine l'Autorità ha adottato, con la delibera 175/12/CONS, un nuovo bando per un periodo di praticantato della durata di un anno, non ripetibile, destinato a trenta giovani laureati in discipline giuridiche, economiche, tecniche, o sociologiche e\o della comunicazione. Ai giovani aspiranti è richiesto di aver conseguito il diploma di laurea specialistica\magistrale con votazione non inferiore a 105/110 (o voto equivalente), essere d'età non superiore ai 30 (trenta) anni (non avere compiuto il 30° anno di età), aver maturato esperienze di studio, di ricerca o di pratica professionale pertinenti alle attività istituzionali dell'Autorità (tesi di laurea, corsi di specializzazione, altre esperienze di praticantato, pubblicazioni, ecc.), esperienze che dovranno essere debitamente auto-dichiarate dal candidato nell'ambito della domanda di partecipazione.

L'organico dell'Autorità

La pianta organica dell'Autorità, definita dalla delibera n. 350/07/CONS, adottata in applicazione dell'art. 1, comma 543, della legge 27 dicembre 2006, n. 296, è determinata per un totale di 419 unità (cfr. Tabella 4.21)

Tabella 4.21. *Autorità – Pianta organica*

Dirigenti	43
Funzionari	226
Operativi	115
Esecutivi	35
Totale	419

Fonte: Autorità

Il personale in servizio al 15 aprile 2012 è pari a 360 unità. L'articolazione del personale in servizio, suddiviso nelle diverse qualifiche e tenuto conto delle differenti tipologie di rapporto di lavoro (ruolo, contratto a tempo determinato, comando), nonché delle previsioni contenute nell'art. 1, commi 18 e 19, della legge n. 249/97 e delle successive stabilite all'art. 3, comma 67 della legge n. 350/2003, è riportata nella tabella seguente.

Tabella 4.22. *Autorità – Personale in servizio*

	Ruolo	**Comando/ fuori ruolo**	**Contratto a tempo determinato**	**Totale**
Dirigenti	29	6	4	39
Funzionari	129	9	45	183
Operativi	96	3	11	110
Esecutivo	26	2	-	28
Totale	280	20	60	360

Fonte: Autorità

Tutela e sicurezza sui luoghi di lavoro

Nell'ambito della Sicurezza sul lavoro si sono realizzate e tenute aggiornate le attività e le misure previste dalla normativa, D.Lgs 81/08 e s.m.i., come ad es.: le riunioni periodiche con tutte le figure coinvolte nel Servizio Prevenzione e Protezione i sopralluoghi delle sedi e i relativi aggiornamenti dei DVR (documenti di valutazione dei rischi), la pianificazione delle misure di adeguamento per garantire i livelli di sicurezza previsti dalla normativa; la determinazione dell'Organigramma del Servizio Prevenzione e Protezione, la definizione dei piani di emergenza con le squadre antincendio e di 1° soccorso, l'attuazione delle obbligatorie prove annuali di esodo.

Altrettanto aggiornata risulta l'attività di formazione prescritta dalla legge: informazione ai dipendenti; corsi specifici per gli addetti antincendio per gli addetti al primo soccorso, corsi per preposti, aggiornamento per i RLS.

È, infine, continuamente monitorata è stata la Sorveglianza Sanitaria dei dipendenti per i rischi specifici da videoterminali.

In attuazione dell'Accordo europeo del 2004, recepito dal legislatore nel D.Lgs 81/08, è stata realizzata, come prescritto dalla circolare Commissione Consultiva del 18/11/2010, la Valutazione dello Stress Lavoro Correlato.

Valorizzazione delle risorse umane e formazione

Constatata l'esiguità di fondi riservati alla formazione, dovuta alle ultime restrittive disposizioni di legge, e ritenuto nel contempo prioritario l'accrescimento professionale e culturale delle risorse umane attraverso la formazione e l'aggiornamento, un particolare impegno è stato assunto nello sviluppo del Progetto sull'Accademia delle Autorità (A.A.). Una partnership tra le Autorità indipendenti italiane per mettere a fattor comune e utilizzare al meglio sia le risorse umane che finanziarie. Il progetto ha lo scopo di migliorare l'efficienza e l'efficacia del management per promuovere lo sviluppo di tutto il capitale umano delle Amministrazioni. Nella prima fase hanno partecipato al gruppo di lavoro, attraverso riunioni operative svoltesi a Roma da marzo a ottobre 2011, diverse Autorità Indipendenti.

Contestualmente al miglioramento della performance manageriale si è predisposto un primo modello di misurazione della prestazione alla luce degli obiettivi indicati per il corrente anno.

Codice Etico

È stato svolto uno studio comparato sulla struttura e sul contenuto del Codice Etico approvato dall'Agcom nel 2010 con i Codici etici delle altre Istituzioni e Autorità indipendenti.

A tal proposito è stata predisposta una bozza di Manuale di Attuazione, con relativi allegati, di natura complementare e attuativa del vigente Codice Etico Agcom.

Privacy

Per quanto riguarda quest'argomento è stato aggiornato il Documento Programmatico per la Sicurezza (DPS), che oggi risponde effettivamente all'impianto logistico e organizzativo dell'Autorità, e realizzato il relativo monitoraggio sull'applicazione della normativa in materia, D.Lgs. 196/03, da parte delle Unità Organizzative dell'Autorità.

A completamento degli adempimenti della precedente fase sono state organizzate le attività di formazione sulla "Tutela dei dati personali", destinate ai Dirigenti di primo e di secondo livello.

Si sono, inoltre, svolti corsi specifici per il personale operante con i dati informatici.

CAD

È stato approntato un primo approfondimento sul Codice Amministrativo Digitale in considerazione degli obblighi imposti alla P.A. riguardo la digitalizzazione e l'e-*government*. Lo sviluppo di quest'ambito presuppone una stretta collaborazione con gli informatici per organizzare il passaggio alla digitalizzazione delle procedure, con conseguenze in futuro sui metodi di misurazione della performance dei dipendenti.

Telelavoro

Infine, con riferimento al tema del Telelavoro – tenuto conto dell'accordo sindacale del 28 luglio 2010 che prevedeva la realizzazione di uno studio di fattibilità volto a determinare le modalità di svolgimento di forme di lavoro a distanza ed entro il 31 dicembre 2011 l'avvio dei lavori in forma sperimentale – è in via di costituzione un Gruppo di lavoro presso l'Università di Roma Tor Vergata, al quale aderiscono Amministrazioni pubbliche, Aziende private e Unioni Industriali. Detto Gruppo, alla luce dei risultati già raggiunti dalla stessa Università in una recente ricerca, ha in programma di pianificare e sviluppare i passaggi necessari per l'avvio di una fase sperimentale del progetto.

4.3.2. Il Comitato etico

Il codice etico, la cui emanazione era prevista dall'art. 1, comma 9, della legge 31 luglio 1997, n. 249, fu adottato dall'Autorità sin dal 1998, al fine di stabilire regole generali di lealtà, imparzialità, diligenza, correttezza personale e particolari norme deontologiche e comportamentali per i componenti e i dipendenti dell'Autorità. L'anno successivo l'Autorità, avvertita l'esigenza di poter contare su un organismo di elevato profilo, di indiscusso livello e spessore in grado di valutare la corretta applicazione delle norme del codice e di fornire, in materia di etica istituzionale, pareri e indicazioni di principio, istituì il Comitato etico prevedendo esplicitamente che fosse composto da personalità di notoria indipendenza e autorevolezza morale.

Nel 2010 l'Autorità, rilevata l'importanza della piena efficacia del codice etico, ha ritenuto opportuno effettuare una accurata revisione delle norme in esso contenute al fine di verificarne l'adeguatezza dando un incarico in tal senso incarico al Comitato etico. Il Comitato, a conclusione dei suoi lavori, aveva prodotto una accurata relazione sulla base della quale il Consiglio dell'Autorità ha poi adottato il codice etico attualmente vigente.

Come precisato nella premessa della delibera n.577/10/CONS, il nuovo codice intende fornire le regole di comportamento alle quali tutto il personale dell'Autorità è tenuto ad uniformarsi nello svolgimento della propria attività di servizio che, in quanto coinvolge interessi economici rilevanti ed incide su fondamentali interessi sociali concernenti il settore delle comunicazioni riveste particolari profili di delicatezza, nonché nella propria vita sociale, in cui la condotta deve essere ispirata ai canoni di dignità e di decoro in coerenza con la qualità della funzione esercitata.

Tra i doveri previsti dal codice etico assumono particolare rilevanza quelli di imparzialità che impegnano i componenti e i dipendenti ad operare senza indulgere a trattamenti di favore, ad assumere le proprie decisioni nella massima trasparenza. Altro dovere di grande importanza è quello della riservatezza, che impegna i componenti e i dipendenti al rigoroso rispetto del segreto d'ufficio in merito alle attività istruttorie, ispettive e di indagine in corso presso gli organi dell'Autorità. Alcune non meno importanti regole del codice etico riguardano il comportamento durante il lavoro e nella vita sociale, il divieto di accettare doni o altre utilità, il conflitto di interessi e il relativo obbligo di astensione, i rapporti con i mezzi di informazione e il divieto di attività collaterali.

Il Comitato è attualmente presieduto da Riccardo Chieppa, Presidente emerito della Corte costituzionale, ed è composto dal Presidente emerito della Corte Costituzionale, Franco Bile e dal Presidente emerito del Consiglio di stato, Pasquale De Lise.

4.3.3. Il sistema dei controlli

Due importanti organismi collegiali, la Commissione di garanzia e il Servizio del controllo interno, in base ai regolamenti concernenti l'organizzazione e la gestione amministrativa e contabile dell'Autorità, sono rispettivamente competenti per le attività di controllo sulla regolarità amministrativa e contabile e per le attività concernenti il controllo strategico.

La Commissione di garanzia esercita, in base all'art. 42 e successive modificazioni e integrazioni, la propria attività di vigilanza al fine di assicurare che la struttura amministrativa rispetti leggi e regolamenti. A tal fine effettua il riscontro degli atti di gestione finanziaria e delle procedure contrattuali, verifiche di cassa e bilancio, quantomeno trimestrali, e redige una apposita relazione nella quale esprime il proprio parere sullo schema di bilancio di previsione e sul rendiconto annuale.

La Commissione verifica, con particolare cura, la concordanza tra quanto esposto nelle scritture contabili e i risultati del rendiconto annuale, nonché la regolarità delle procedure di gestione, svolge la sua attività in completa autonomia, anche se in uno spirito di grande collaborazione con gli uffici dell'Autorità, e riferisce direttamente al Presidente e al Consiglio.

La Commissione in carica è presieduta dal dott. Fulvio Balsamo, presidente onorario della Corte dei Conti, ed è composta dal cons. Francesco Caringella, consigliere di Stato, e dal dott. Mario Piovano, revisore ufficiale dei conti

I tre membri della Commissione, il cui mandato dura cinque anni, vengono proposti dal Presidente e scelti dal Consiglio tra magistrati del Consiglio di Stato e della Corte dei Conti, della giurisdizione superiore ordinaria e tra dirigenti generali dello Stato, anche a riposo, e tra revisori ufficiali dei conti iscritti al relativo albo da almeno dieci anni.

Il Servizio del controllo interno svolge, sulla base di una valutazione attuata con metodi comparativi di costi e rendimenti, importanti compiti di verifica della realizzazione degli obiettivi previsti dalla legge, dai regolamenti e dalle direttive dell'Autorità.

Con la delibera n. 176/12/CONS è stato ricostituito il Servizio del controllo interno, con compiti di supporto agli Organi collegiali, alle Direzioni, ai Servizi e agli Uffici dell' Autorità in materia di pianificazione, misurazione, monitoraggio e valutazione della performance. Il Servizio verifica la realizzazione degli obiettivi stabiliti dalle norme vigenti e dalle direttive dell'Autorità, anche in considerazione della corretta ed economica gestione delle risorse pubbliche e a tal fine procede alla valutazione comparativa dei costi e dei rendimenti. Il Servizio verifica altresì l'imparzialità ed il buon andamento dell'azione amministrativa svolta dalle Direzioni, dai Servizi e dagli Uffici dell'Autorità. Il Servizio, inoltre, monitora il funzionamento complessivo del sistema della valutazione, della trasparenza e dell'integrità dei controlli interni ed elabora, con cadenza semestrale, una relazione al Consiglio sullo stato dello stesso; fornisce supporto al Consiglio per l'adozione di metodologie e parametri, anche ai fini della valuta-

zione, di esclusiva competenza del Consiglio stesso, dei dirigenti di primo livello. Il Servizio supporta, inoltre, il Segretario generale nella definizione di indirizzi agli uffici ai fini della individuazione delle procedure per l'assolvimento degli obblighi relativi alla trasparenza e all'integrità, verifica i risultati e le buone pratiche di promozione della pari opportunità, garantisce il necessario supporto metodo logico, anche avvalendosi di modelli forniti dalla CiVIT, per la realizzazione di indagini sul personale dipendente volte a rilevare il livello di benessere organizzativo.

È il Consiglio dell'Autorità, su proposta del Presidente, che sceglie i membri del Servizio, il cui mandato, a regime, è quinquennale, tra esperti, esterni all'Autorità, esperti in tecniche di valutazione e nel controllo di gestione.

Il Servizio risponde direttamente al Presidente e al Consiglio dell'Autorità ed è composto dal presidente Raffaele De Lipsis, dal prof. Luciano Hinna, e dal cons. Massimo La Salvia.

Il Servizio svolge la sua attività in spirito di collaborazione nei confronti degli uffici dell'Autorità ma anche in piena autonomia e nel rispetto delle reciproche competenze, redige un rapporto semestrale, contenente i risultati delle proprie indagini, analisi e valutazioni.

Appendice

Prospetto 1. *Testate quotidiane: tiratura nazionale (2010)*

Denominazione Testata	Area	Tiratura		Tipologia
		Volumi	%	
Corriere della Sera	Nord-ovest	223.878.390	7,5%	A pagamento
La Repubblica	Centro	210.144.544	7,0%	A pagamento
Gazzetta dello Sport	Nord-ovest	168.712.145	5,6%	A pagamento
La Stampa		139.461.296	4,7%	A pagamento
Il sole 24 ore	Nord-ovest	119.719.825	4,0%	A pagamento
Corriere dello Sport-Stadio	Centro	115.406.897	3,9%	A pagamento
Leggo	Centro	115.198.291	3,9%	Free press
Il Giornale	Nord-ovest	105.648.578	3,5%	A pagamento
Il Messaggero	Centro	96.277.752	3,2%	A pagamento
Metro	Centro	74.199.427	2,5%	Free press
Il Resto del Carlino	Nord-est	66.902.362	2,2%	A pagamento
Tuttosport	Nord-ovest	62.099.621	2,1%	A pagamento
Opinioni nuove - libero quotidiano	Nord-est	57.665.023	1,9%	A pagamento
La Nazione	Centro	55.578.476	1,9%	A pagamento
Avvenire	Nord-ovest	44.703.907	1,5%	A pagamento
Il Fatto Quotidiano	Sud	43.620.072	1,5%	A pagamento
L'unità	Centro	41.853.723	1,4%	A pagamento
Italiaoggi	Nord-ovest	37.985.034	1,3%	A pagamento
Il Gazzettino	Nord-est	37.376.775	1,2%	A pagamento
Il Mattino	Centro	36.704.802	1,2%	A pagamento
Il Tirreno	Centro	34.980.957	1,2%	A pagamento
City Milano	Nord-ovest	33.495.878	1,1%	Free press
Il Giorno	Nord-ovest	31.371.414	1,0%	A pagamento
Il Secolo XIX	Nord-ovest	31.037.492	1,0%	A pagamento
Dnews	Centro	30.665.355	1,0%	Free press
Giornale di Sicilia	Sud	27.897.225	0,9%	A pagamento
City Roma	Nord-ovest	27.100.000	0,9%	Free press
L'unione sarda	Sud	26.928.825	0,9%	A pagamento
Il Tempo	Centro	26.455.924	0,9%	A pagamento
La Sicilia	Sud	25.036.175	0,8%	A pagamento
La nuova Sardegna	Sud	24.628.830	0,8%	A pagamento
Gazzetta del Sud	Sud	22.508.270	0,8%	A pagamento
Il Manifesto quotidiano comunista	Centro	21.665.838	0,7%	A pagamento
L'eco di Bergamo	Nord-ovest	21.611.966	0,7%	A pagamento
Giornale di Brescia	Nord-ovest	20.639.667	0,7%	A pagamento

Denominazione Testata	Area	Tiratura		Tipologia
		Volumi	%	
L'arena	Nord-est	20.110.200	0,7%	A pagamento
Mf/milanofinanza	Nord-ovest	19.221.136	0,6%	A pagamento
Il Foglio Quotidiano	Nord-ovest	18.823.160	0,6%	A pagamento
Lapadania	Nord-ovest	18.751.361	0,6%	A pagamento
Cronacaqui.it	Nord-ovest	18.362.430	0,6%	A pagamento
La Provincia	Nord-ovest	18.312.146	0,6%	A pagamento
Il Giornale di Vicenza		17.883.350	0,6%	A pagamento
Messaggero Veneto	Nord-est	17.861.912	0,6%	A pagamento
La Gazzetta del Mezzogiorno	Sud	17.814.612	0,6%	A pagamento
Gazzetta di Parma	Nord-est	17.314.992	0,6%	A pagamento
Dolomiten	Nord-est	17.126.619	0,6%	A pagamento
Corriere del Veneto	Nord-est	15.650.390	0,5%	A pagamento
Alto adige/corriere delle alpi / trentino	Nord-ovest	15.430.220	0,5%	A pagamento
Il Piccolo	Nord-est	13.944.105	0,5%	A pagamento
Europa	Centro	13.398.360	0,4%	A pagamento
Il Mattino di Padova	Nord-est	13.341.314	0,4%	A pagamento
Conquiste del lavoro	Centro	13.078.400	0,4%	A pagamento
Gazzetta di Mantova	Nord-ovest	12.934.073	0,4%	A pagamento
Libertà-libertà lunedì settimo numero di libertà	Nord-est	12.585.123	0,4%	A pagamento
Liberazione giornale comunista	Centro	12.534.185	0,4%	A pagamento
L'Adige	Nord-ovest	11.565.890	0,4%	A pagamento
Il Centro	Centro	11.546.788	0,4%	A pagamento
Corriere	Centro	11.399.131	0,4%	A pagamento
City Torino	Nord-ovest	11.364.900	0,4%	Free press
Il Cittadino Oggi Corriere Nazionale	Centro	10.075.425	0,3%	A pagamento
La Provincia	Nord-ovest	9.770.174	0,3%	A pagamento
City Napoli	Nord-ovest	9.659.000	0,3%	Free press
Corriere del Mezzogiorno	Sud	9.655.093	0,3%	A pagamento
La Provincia pavese	Nord-ovest	9.225.759	0,3%	A pagamento
Nuovo quotidiano di Puglia	Sud	8.969.615	0,3%	A pagamento
Corriere Adriatico	Centro	8.629.751	0,3%	A pagamento
Il Quotidiano	Sud	8.505.961	0,3%	A pagamento
La Tribuna di Treviso	Nord-est	8.287.206	0,3%	A pagamento
Editoriale oggi	Centro	8.086.899	0,3%	A pagamento
Scuola s.n.a.l.s.	Centro	8.009.700	0,3%	A pagamento

Denominazione Testata	Area	Tiratura		Tipologia
		Volumi	%	
Corriere Fiorentino	Centro	7.813.381	0,3%	A pagamento
Il Nuovo Riformista	Centro	7.616.294	0,3%	A pagamento
Corriere del Mezzogiorno Bari e Puglia	Sud	7.352.365	0,2%	A pagamento
Finanza & Mercati	Nord-ovest	6.217.371	0,2%	A pagamento
Cronache di Napoli	Sud	5.893.902	0,2%	A pagamento
La Nuova di Venezia e Mestre	Nord-est	5.850.883	0,2%	A pagamento
Bresciaoggi	Nord-ovest	5.823.000	0,2%	A pagamento
Secolo d'italia	Centro	5.799.850	0,2%	A pagamento
Corriere	Nord-est	5.790.525	0,2%	A pagamento
Gazzetta di Reggio	Nord-est	5.772.048	0,2%	A pagamento
City Firenze	Nord-ovest	5.739.950	0,2%	Free press
City Bologna	Nord-ovest	5.728.000	0,2%	Free press
Quotidiano di Sicilia	Sud	5.401.300	0,2%	A pagamento
Corriere di Bologna	Nord-est	5.298.540	0,2%	A pagamento
Il Giornale Nuovo della Toscana	Centro	5.109.029	0,2%	A pagamento
L'informazione – il domani	Nord-est	4.898.042	0,2%	A pagamento
Nuova gazzetta di Modena	Nord-est	4.826.056	0,2%	A pagamento
La nuova Ferrara	Nord-est	4.690.821	0,2%	A pagamento
Calabria ora	Sud	4.599.254	0,2%	A pagamento
La voce di Romagna	Nord-est	4.539.098	0,2%	A pagamento
Corriere di Caserta	Sud	4.467.092	0,1%	A pagamento
Il Nuovo Corriere	Centro	4.412.722	0,1%	A pagamento
Roma	Sud	4.401.045	0,1%	A pagamento
La Verità	Sud	4.359.770	0,1%	A pagamento
La Città - quotidiano di Salerno e provincia	Sud	4.286.370	0,1%	A pagamento
Il Secolo XIX del lunedì	Nord-ovest	4.229.743	0,1%	A pagamento
Il Cittadino	Nord-ovest	4.162.122	0,1%	A pagamento
City Bari	Nord-ovest	3.929.000	0,1%	Free press
Corriere Mercantile	Nord-ovest	3.831.950	0,1%	A pagamento
Terra	Centro	3.778.484	0,1%	A pagamento
City Genova	Nord-ovest	3.765.000	0,1%	Free press
Rinascita	Centro	3.719.633	0,1%	A pagamento
La Provincia quotidiano	Centro	3.668.605	0,1%	A pagamento
La Discussione	Centro	3.574.938	0,1%	A pagamento
Corriere di Como	Nord-ovest	3.512.636	0,1%	A pagamento

Denominazione Testata	Area	Tiratura		Tipologia
		Volumi	%	
Il Corriere Laziale	Centro	3.401.287	0,1%	A pagamento
Linea	Centro	3.195.445	0,1%	A pagamento
Quotidiano di Foggia	Sud	3.182.000	0,1%	A pagamento
Primorski dnevnik	Nord-est	3.157.992	0,1%	A pagamento
Avanti!	Centro	2.951.122	0,1%	A pagamento
Messaggero del Lunedì	Nord-est	2.820.355	0,1%	A pagamento
Cronache di Liberal	Sud	2.819.165	0,1%	A pagamento
Il Giornale dell'Umbria	Centro	2.653.449	0,1%	A pagamento
Die neue südtiroler tageszeitung	Nord-est	2.540.000	0,1%	A pagamento
Il Denaro	Sud	2.512.802	0,1%	A pagamento
Corriere del Trentino	Nord-est	2.458.092	0,1%	A pagamento
Quotidiano di Bari	Sud	2.423.000	0,1%	A pagamento
Il Romanista	Centro	2.349.279	0,1%	A pagamento
Metropolis	Sud	2.249.101	0,1%	A pagamento
La voce della città Taranto le news della sera	Sud	2.247.550	0,1%	A pagamento
City Verona	Nord-ovest	2.187.628	0,1%	Free press
La Cronaca	Nord-ovest	2.147.852	0,1%	A pagamento
L'italiano	Centro	1.966.000	0,1%	Free press
Piccolo del lunedì	Nord-est	1.923.750	0,1%	A pagamento
La voce di Mantova	Nord-ovest	1.847.256	0,1%	A pagamento
Ottopagine	Sud	1.647.455	0,1%	A pagamento
Il Sannio Quotidiano	Sud	1.627.044	0,1%	A pagamento
Corriere dell'Alto Adige	Nord-est	1.610.140	0,1%	A pagamento
La voce nuova	Nord-est	1.542.706	0,1%	A pagamento
Corriere del giorno di Puglia e Lucania	Sud	1.496.079	0,1%	A pagamento
Il Quotidiano della Basilicata	Sud	1.468.551	0,0%	A pagamento
Mezzogiorno Economia	Sud	1.306.642	0,0%	A pagamento
Buongiorno Campania	Sud	1.217.300	0,0%	A pagamento
Nuova gazzetta di Caserta	Sud	1.141.228	0,0%	A pagamento
Primo piano Molise	Sud	1.081.810	0,0%	A pagamento
Corriere	Sud	1.080.872	0,0%	A pagamento
Senzacolonne	Sud	1.078.000	0,0%	A pagamento
Il Giornale dell'Emilia Romagna	Nord-est	1.070.921	0,0%	A pagamento
Puglia, quotidiano di vita regionale	Sud	1.061.350	0,0%	A pagamento

Denominazione Testata	Area	Tiratura		Tipologia
		Volumi	%	
Il Domani	Sud	1.049.219	0,0%	A pagamento
La nuova del Sud	Sud	1.048.183	0,0%	A pagamento
Gazzetta aste e appalti pubblici	Centro	1.000.000	0,0%	A pagamento
Io l'impresa	Nord-est	977.319	0,0%	A pagamento
Democrazia Cristiana	Sud	939.000	0,0%	A pagamento
Giornale di Bergamo	Nord-ovest	906.499	0,0%	A pagamento
La voce	Centro	885.705	0,0%	A pagamento
Il Quotidiano del Molise	Sud	820.890	0,0%	A pagamento
Gazzetta del Lunedì	Nord-ovest	816.865	0,0%	A pagamento
Metropoli Day	Centro	806.120	0,0%	A pagamento
Modena qui	Nord-est	772.500	0,0%	A pagamento
La Prealpina	Nord-ovest	768.290	0,0%	A pagamento
La Provincia	Centro	756.600	0,0%	A pagamento
L'ordine di Como	Nord-ovest	709.647	0,0%	A pagamento
Italia Sera	Centro	700.909	0,0%	A pagamento
Polis quotidiano	Nord-est	669.370	0,0%	A pagamento
L'opinione delle libertà	Centro	642.063	0,0%	A pagamento
Il Gettone	Nord-ovest	550.770	0,0%	A pagamento
Trapaniok	Sud	533.600	0,0%	Free press
Il Paese Nuovo	Sud	501.800	0,0%	A pagamento
Foggia sera	Sud	491.000	0,0%	A pagamento
Nuovo corriere Barisera	Sud	469.129	0,0%	A pagamento
La Città	Centro	450.630	0,0%	A pagamento
Ore 12	Centro	381.471	0,0%	A pagamento
La voce repubblicana	Centro	352.280	0,0%	A pagamento
Il Socialista lab	Centro	335.100	0,0%	A pagamento
Staffetta quotidiana	Centro	278.990	0,0%	A pagamento
Il Giornale di Calabria	Sud	272.800	0,0%	A pagamento
L'avvisatore marittimo	Nord-ovest	263.565	0,0%	A pagamento
L'altro Fax	Sud	64.268	0,0%	A pagamento
Aise agenzia internazionale stampa estero	Centro	62.304	0,0%	A pagamento
New bot l'economia in gioco	Nord-ovest	51.600	0,0%	Free press
Scuola e Insegnanti	Centro	7.600	0,0%	A pagamento
Quotidiano di Brindisi, Lecce e Taranto	Sud	700	0,0%	A pagamento
TOTALE		**2.992.048.964**	**100%**	

Prospetto 2. *Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Nord-Ovest Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia, Liguria (2010)*

Denominazione Testata	Numeri	Tiratura		Tipologia
		Volumi	%	
Corriere della Sera	355	223.878.390	17,6%	A pagamento
Gazzetta dello Sport	358	168.712.145	13,3%	A pagamento
La Stampa	358	139.461.296	11,0%	A pagamento
Il sole 24 ore	358	119.719.825	9,4%	A pagamento
Il Giornale	359	105.648.578	8,3%	A pagamento
Tuttosport	356	62.099.621	4,9%	A pagamento
Avvenire	308	44.703.907	3,5%	A pagamento
Italiaoggi	310	37.985.034	3,0%	A pagamento
City Milano	215	33.495.878	2,6%	Free press
Il Giorno	357	31.371.414	2,5%	A pagamento
Il secolo XIX	308	31.037.492	2,4%	A pagamento
City Roma	215	27.100.000	2,1%	Free press
L'eco di Bergamo	358	21.611.966	1,7%	A pagamento
Giornale di Brescia	358	20.639.667	1,6%	A pagamento
Mf/milanofinanza	257	19.221.136	1,5%	A pagamento
Il Foglio Quotidiano	309	18.823.160	1,5%	A pagamento
La Padania	311	18.751.361	1,5%	A pagamento
Cronacaqui.it	259	18.362.430	1,4%	A pagamento
La provincia	358	18.312.146	1,4%	A pagamento
Gazzetta di Mantova	358	12.934.073	1,0%	A pagamento
City Torino	215	11.364.900	0,9%	Free press
La provincia	359	9.770.174	0,8%	A pagamento
City Napoli	216	9.659.000	0,8%	Free press
La provincia pavese	357	9.225.759	0,7%	A pagamento
Finanza & mercati	259	6.217.371	0,5%	A pagamento
Bresciaoggi	358	5.823.000	0,5%	A pagamento
City Firenze	215	5.739.950	0,5%	Free press
City Bologna	215	5.728.000	0,5%	Free press
Il secolo XIX del Lunedì	50	4.229.743	0,3%	A pagamento
Il Cittadino	308	4.162.122	0,3%	A pagamento
City Bari	216	3.929.000	0,3%	Free press
Corriere Mercantile	308	3.831.950	0,3%	A pagamento
City Genova	215	3.765.000	0,3%	Free press
Corriere di Como	309	3.512.636	0,3%	A pagamento
City Verona	215	2.187.628	0,2%	Free press
La cronaca	359	2.147.852	0,2%	A pagamento

Denominazione Testata	Numeri	Tiratura		Tipologia
		Volumi	%	
La voce di Mantova	359	1.847.256	0,1%	A pagamento
Giornale di Bergamo	239	906.499	0,1%	A pagamento
Gazzetta del Lunedì	50	816.865	0,1%	A pagamento
La prealpina	308	768.290	0,1%	A pagamento
L'ordine di Como	206	709.647	0,1%	A pagamento
Il gettone	293	550.770	0,0%	A pagamento
L'avvisatore marittimo	252	263.565	0,0%	A pagamento
New Bot L'economia In Gioco	250	51.600	0,0%	Free press
Totale		**1.271.078.096**	**100%**	

Prospetto 3. *Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Nord-Est Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna (2010)*

Denominazione Testata	Numeri	Tiratura		Tipologia
		Volumi	%	
Il resto del Carlino	357	66.902.362	16,5%	A pagamento
Opinioni nuove – Libero Quotidiano	313	57.665.023	14,3%	A pagamento
Il Gazzettino	358	37.376.775	9,2%	A pagamento
L'arena	358	20.110.200	5,0%	A pagamento
Il giornale di Vicenza	358	17.883.350	4,4%	A pagamento
Messaggero Veneto	308	17.861.912	4,4%	A pagamento
Gazzetta di Parma	356	17.314.992	4,3%	A pagamento
Dolomiten	303	17.126.619	4,2%	A pagamento
Corriere del Veneto	305	15.650.390	3,9%	A pagamento
Alto Adige/Corriere delle Alpi/ Trentino	358	15.430.220	3,8%	A pagamento
Il piccolo	308	13.944.105	3,4%	A pagamento
Il mattino di Padova	358	13.341.314	3,3%	A pagamento
Libertà-libertà lunedì settimo numero di libertà	358	12.585.123	3,1%	A pagamento
L'Adige	358	11.565.890	2,9%	A pagamento
La tribuna di Treviso	358	8.287.206	2,0%	A pagamento
La nuova di Venezia e Mestre	358	5.850.883	1,4%	A pagamento
Corriere	359	5.790.525	1,4%	A pagamento
Gazzetta di Reggio	358	5.772.048	1,4%	A pagamento
Corriere di Bologna	305	5.298.540	1,3%	A pagamento
L'informazione – il domani	357	4.898.042	1,2%	A pagamento
Nuova gazzetta di Modena	358	4.826.056	1,2%	A pagamento
La nuova Ferrara	358	4.690.821	1,2%	A pagamento
La voce di Romagna	360	4.539.098	1,1%	A pagamento
Primorski dnevnik	308	3.157.992	0,8%	A pagamento
Messaggero del lunedì	50	2.820.355	0,7%	A pagamento
Die neue südtiroler tageszeitung	254	2.540.000	0,6%	A pagamento
Corriere del Trentino	305	2.458.092	0,6%	A pagamento
Piccolo del Lunedì	50	1.923.750	0,5%	A pagamento
Corriere dell'Alto Adige	305	1.610.140	0,4%	A pagamento
La voce nuova	358	1.542.706	0,4%	A pagamento
Il giornale dell'Emilia Romagna	307	1.070.921	0,3%	A pagamento
Io l'impresa	138	977.319	0,2%	A pagamento

Denominazione Testata	Numeri	Tiratura		Tipologia
		Volumi	%	
Modena qui	309	772.500	0,2%	A pagamento
Polis quotidiano	285	669.370	0,2%	A pagamento
Totale		**404.254.639**	**100%**	

Prospetto 4. *Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Centro Toscana, Marche, Umbria, Lazio, Abruzzo (2010)*

Denominazione Testata	Numeri	Tiratura		Tipologia
		Volumi	%	
La Repubblica	358	210.144.544	20,5%	A pagamento
Corriere dello Sport-Stadio	358	115.406.897	11,3%	A pagamento
Leggo	230	115.198.291	11,2%	Free press
Il Messaggero s.p.a.	356	96.277.752	9,4%	A pagamento
Metro	212	74.199.427	7,2%	Free press
La Nazione	357	55.578.476	5,4%	A pagamento
L'unità	355	41.853.723	4,1%	A pagamento
Il Mattino	358	36.704.802	3,6%	A pagamento
Il Tirreno	358	34.980.957	3,4%	A pagamento
Dnews	222	30.665.355	3,0%	Free press
Il Tempo	359	26.455.924	2,6%	A pagamento
Il manifesto quotidiano comunista	308	21.665.838	2,1%	A pagamento
Europa	258	13.398.360	1,3%	A pagamento
Conquiste del lavoro	256	13.078.400	1,3%	A pagamento
Liberazione giornale comunista	306	12.534.185	1,2%	A pagamento
Il Centro	358	11.546.788	1,1%	A pagamento
Corriere	360	11.399.131	1,1%	A pagamento
Il Cittadino Oggi Corriere Nazionale	309	10.075.425	1,0%	A pagamento
Corriere Adriatico	358	8.629.751	0,8%	A pagamento
Editoriale oggi	359	8.086.899	0,8%	A pagamento
Scuola s.n.a.l.s.	279	8.009.700	0,8%	A pagamento
Corriere Fiorentino	340	7.813.381	0,8%	A pagamento
Il Nuovo Riformista	308	7.616.294	0,7%	A pagamento
Secolo d'Italia	290	5.799.850	0,6%	A pagamento
Il giornale nuovo della Toscana	310	5.109.029	0,5%	A pagamento
Il Nuovo Corriere	359	4.412.722	0,4%	A pagamento
Terra	306	3.778.484	0,4%	A pagamento
Rinascita	244	3.719.633	0,4%	A pagamento
La Provincia quotidiano	359	3.668.605	0,4%	A pagamento
La Discussione	294	3.574.938	0,3%	A pagamento
Il Corriere laziale	248	3.401.287	0,3%	A pagamento
Linea	280	3.195.445	0,3%	A pagamento
Avanti!	281	2.951.122	0,3%	A pagamento

Denominazione Testata	Numeri	Tiratura		Tipologia
		Volumi	%	
Il giornale dell'Umbria	359	2.653.449	0,3%	A pagamento
Il Romanista	358	2.349.279	0,2%	A pagamento
L'italiano	243	1.966.000	0,2%	Free press
Gazzetta aste e appalti pubblici	250	1.000.000	0,1%	A pagamento
La Voce	291	885.705	0,1%	A pagamento
Metropoli day	246	806.120	0,1%	A pagamento
La Provincia	291	756.600	0,1%	A pagamento
Italia sera	291	700.909	0,1%	A pagamento
L'opinione delle libertà	282	642.063	0,1%	A pagamento
La città	312	450.630	0,0%	A pagamento
Ore 12	291	381.471	0,0%	A pagamento
La voce repubblicana	241	352.280	0,0%	A pagamento
Il Socialista Lab	251	335.100	0,0%	A pagamento
Staffetta quotidiana	243	278.990	0,0%	A pagamento
Aise agenzia internazionale stampa estero	355	62.304	0,0%	A pagamento
Scuola e insegnanti	152	7.600	0,0%	A pagamento
Totale		**1.024.559.915**	**100%**	

Prospetto 5. *Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Sud Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna (2010)*

Denominazione Testata	Numeri	Tiratura		Tipologia
		Volumi	%	
Il Fatto Quotidiano	308	43.620.072	14,9%	A pagamento
Giornale di Sicilia	358	27.897.225	9,5%	A pagamento
L'Unione Sarda	358	26.928.825	9,2%	A pagamento
La Sicilia	358	25.036.175	8,6%	A pagamento
La Nuova Sardegna	358	24.628.830	8,4%	A pagamento
Gazzetta del sud	358	22.508.270	7,7%	A pagamento
La Gazzetta del Mezzogiorno	356	17.814.612	6,1%	A pagamento
Corriere del Mezzogiorno	305	9.655.093	3,3%	A pagamento
Nuovo Quotidiano di Puglia	358	8.969.615	3,1%	A pagamento
Il quotidiano	358	8.505.961	2,9%	A pagamento
Corriere del mezzogiorno Bari e Puglia	305	7.352.365	2,5%	A pagamento
Cronache di Napoli	359	5.893.902	2,0%	A pagamento
Quotidiano di Sicilia	244	5.401.300	1,8%	A pagamento
Calabria ora	360	4.599.254	1,6%	A pagamento
Corriere di Caserta	359	4.467.092	1,5%	A pagamento
Roma	358	4.401.045	1,5%	A pagamento
La Verità	283	4.359.770	1,5%	A pagamento
La Città - quotidiano di Salerno e provincia	358	4.286.370	1,5%	A pagamento
Quotidiano di Foggia	330	3.182.000	1,1%	A pagamento
Cronache di Liberal	254	2.819.165	1,0%	A pagamento
Il Denaro	248	2.512.802	0,9%	A pagamento
Quotidiano di Bari	330	2.423.000	0,8%	A pagamento
Metropolis	358	2.249.101	0,8%	A pagamento
La Voce della città Taranto le news della sera	300	2.247.550	0,8%	A pagamento
Ottopagine	359	1.647.455	0,6%	A pagamento
Il Sannio quotidiano	359	1.627.044	0,6%	A pagamento
Corriere del giorno di Puglia e Lucania	358	1.496.079	0,5%	A pagamento
Il quotidiano della Basilicata	358	1.468.551	0,5%	A pagamento
Mezzogiorno Economia	39	1.306.642	0,4%	A pagamento
Buongiorno Campania	308	1.217.300	0,4%	A pagamento
Nuova Gazzetta di Caserta	359	1.141.228	0,4%	A pagamento
Primo piano Molise	359	1.081.810	0,4%	A pagamento
Corriere	359	1.080.872	0,4%	A pagamento

Denominazione Testata	Numeri	Tiratura		Tipologia
		Volumi	%	
Senzacolonne	308	1.078.000	0,4%	A pagamento
Puglia, quotidiano di vita regionale	295	1.061.350	0,4%	A pagamento
Il Domani	358	1.049.219	0,4%	A pagamento
La Nuova del sud	358	1.048.183	0,4%	A pagamento
Democrazia cristiana	313	939.000	0,3%	A pagamento
Il quotidiano del Molise	359	820.890	0,3%	A pagamento
Trapaniok	232	533.600	0,2%	Free press
Il Paese nuovo	289	501.800	0,2%	A pagamento
Foggia Sera	330	491.000	0,2%	A pagamento
Nuovo Corriere Barisera	276	469.129	0,2%	A pagamento
Il Giornale di Calabria	248	272.800	0,1%	A pagamento
L'Altro Fax	251	64.268	0,0%	A pagamento
Quotidiano di Brindisi, Lecce e Taranto	1	700	0,0%	A pagamento
Totale		**292.156.314**	**100,0%**	

Autorità per le garanzie nelle comunicazioni
Centro direzionale, Isola B5 - 80143 Napoli
Ufficio di Roma: Via Isonzo, 21/b - 00198 Roma
www.agcom.it

AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI
AGCOM