Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2008

Indice

2.16.

1. Il siste	ma delle comunicazioni
1.1.	Il quadro internazionale
1.1.1.	Le telecomunicazioni
1.1.2.	L'audiovisivo
1.2.	In Italia
1.2.1.	Le telecomunicazioni
1.2.2.	La televisione
1.2.3.	La radio
1.2.4.	L'editoria
1.2.5.	La pubblicità
1.2.6.	L'accesso ai contenuti e la neutralità della rete113
1.2.7.	L'evoluzione del quadro normativo in Italia114
2. Gli inte	rventi dell'Autorità
2.1.	Le analisi dei mercati di comunicazione elettronica121
2.2.	La telefonia fissa
2.3.	La telefonia mobile
2.4.	Servizi integrati di tipo fisso-mobile
2.5.	Internet
2.6.	La televisione digitale terrestre e la radiofonia digitale \dots 170
2.7.	Le controversie tra operatori nelle comunicazioni elettroniche
2.8.	I procedimenti sanzionatori nei confronti degli operatori di comunicazione elettronica181
2.9.	L'audiovisivo
2.10.	La pubblicità
2.11.	Il Sistema Integrato delle Comunicazioni221
2.12.	La rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione
2.13.	La tutela dei minori e della persona227
2.14.	Il Registro degli Operatori di Comunicazione e il catasto delle frequenze
2.15.	L'attività ispettiva

2.17.	La tutela giurisdizionale
2.18.	La comunicazione politica269
2	nuti intiturni amali dalli Arubanità
3.1 rappo	orti istituzionali dell'Autorità
3.1.	I rapporti internazionali
3.2.	I rapporti con le istituzioni nazionali
3.3.	Il rapporto con il Ministero delle comunicazioni
3.4.	I rapporti con i Comitati regionali per le comunicazioni299
3.5.	I rapporti con le Università e gli enti di ricerca
3.6.	Il Consiglio nazionale degli utenti
3.7.	La Guardia di Finanza e la Polizia postale
	e delle comunicazioni318
4. L'orga	nizzazione dell'Autorità
n 2 organ	mzzazione den Adtorità
4.1.	L'organizzazione e le risorse umane
4.2.	Il Comitato etico
4.3.	Il sistema dei controlli
4.4.	Il bilancio
4.5.	Servizi di documentazione
	lell'Autorità: quadro riepilogativo dei principali
provvedin	nenti (1° giugno 2007 - 31 maggio 2008)
A ava min=!	244
Acronimi	

Indice delle tabelle

1. Il sistema delle comunicazioni

Tabella 1.1	VoIP: utenti per area geografica (milioni)	23
Tabella 1.2	IPTV: utenti nei principali paesi europei nel 2007 (migliaia)	39
Tabella 1.3	Telecomunicazioni fisse e mobili - ricavi lordi (miliardi di euro)	41
Tabella 1.4	Ricavi da servizi intermedi forniti ad altri operatori (miliardi di euro)	42
Tabella 1.5	Spesa finale degli utenti residenziali e affari (miliardi di euro)	42
Tabella 1.6	Spesa finale per categoria di clientela (miliardi di euro)	43
Tabella 1.7	Investimenti in immobilizzazioni (milioni di euro)	44
Tabella 1.8	Investimenti in immobilizzazioni (variazioni in %)	44
Tabella 1.9	Dinamica dei prezzi dei servizi regolamentati	45
Tabella 1.10	Andamento dei ricavi unitari nei servizi di fonia vocale (euro cent/minuto)	46
Tabella 1.11	Rete fissa: spesa degli utenti per tipologia di servizi (miliardi di euro)	47
Tabella 1.12	Accessi diretti OLO per modalità di pricing (%)	48
Tabella 1.13	Traffico su rete fissa commutata per direttrice (miliardi di minuti)	48
Tabella 1.14	Accessi a larga banda attivati (milioni)	49
Tabella 1.15	Accessi a larga banda per classe di velocità (marzo 2008 in %)	50
Tabella 1.16	Valore di aggiudicazione delle aste WiMax (milioni di euro)	52
Tabella 1.17	Macroaree regionali: Blocchi A e B	53
Tabella 1.18	Licenze WiMax: assegnatari e valore delle licenze per blocco	53
Tabella 1.19	Progetti per la riduzione del <i>digital divide</i> : ripartizione per area e per fonte (%)	54
Tabella 1.20	Risorse e dotazioni informatiche in Europa nel 2007	55
Tabella 1.21	Andamento della spesa in <i>Information Technology</i> (variazioni in %)	55
Tabella 1.22	Spesa degli utenti: quote di mercato degli operatori (%)	57
Tabella 1.23	Servizi finali su rete commutata e a larga banda (%)	57
Tabella 1.24	Quote di mercato nella fonia vocale (%)	58
Tabella 1.25	Quote di mercato nella fonia vocale (valore medio in %)	58
Tabella 1.26	Accessi fisici alla rete fissa (in migliaia)	59
Tabella 1.27	Spesa degli utenti per tipologia di servizi	60
Tabella 1.28	Ricavi da servizi voce per direttrice	61
Tabella 1.29	Ricavi da servizi dati per tipologia	61
Tabella 1.30	Quote di mercato nei servizi mobili (%)	63
Tabella 1.31	Quote di mercato nei servizi voce e dati (ricavi %)	64
Tabella 1.32	SIM attive per operatore	64
Tabella 1.33	Mobile Number Portability: distribuzione tra operatori (%)	65
Tabella 1.34	Accordi di MVNO/ESP (aprile 2008)	66
Tabella 1.35	Ricavo annuo per linea (euro)	67
Tabella 1.36	Popolazione residente e <i>mobile users</i>	
Tabella 1.37	Ricavi annui per <i>user</i> residenziale (euro)	68
Tabella 1.38	Ricavi nel settore televisivo per tipologia	70
Tabella 1.39	Ricavi da canone, pubblicità e <i>pay TV</i> per piattaforma	
Tabella 1.40	Ricavi pubblicitari per piattaforma	71
Tabella 1.41	Ricavi della <i>pay TV</i> per piattaforma	72
Tabella 1.42	Ricavi per operatore	73
Tabella 1.43	Ricavi del settore televisivo per operatori (%)	74

Tabella 1.44	Quota di mercato nella raccolta pubblicitaria televisiva (%)	75
Tabella 1.45	Quote di mercato nelle offerte televisive a pagamento (%)	75
Tabella 1.46	Quote di ascolto dei maggiori operatori televisivi (%)	75
Tabella 1.47	Programmi televisivi e radiofonici trasmessi dai <i>mux</i> con copertura >70% della popolazione	78
Tabella 1.48	Ascolto delle principali emittenti nazionali nel giorno medio (valori in migliaia)	81
Tabella 1.49	Ascolto delle principali emittenti nazionali nei sette giorni (valori in migliaia)	81
Tabella 1.50	Emittenti nazionali: ricavi da vendita di spazi pubblicitari (milioni di euro)	83
Tabella 1.51	Rappresentatività del campione di imprese editoriali nel 2006 (%)	84
Tabella 1.52	Ricavi complessivi delle principali imprese editoriali	84
Tabella 1.53	Ricavi dalle attività caratteristiche	85
Tabella 1.54	Ricavi complessivi per impresa (%)	86
Tabella 1.55	Editoria quotidiana per tipologia di ricavo	86
Tabella 1.56	Editoria quotidiana: copie diffuse per 1000 abitanti (2006)	88
Tabella 1.57	Quotidiani venduti in abbonamento (2006 in % del totale)	88
Tabella 1.58	Editoria quotidiana in Italia: copie vendute per 1000 abitanti (2006)	88
Tabella 1.59	Quote di mercato nell'editoria quotidiana (%)	89
Tabella 1.60	Diffusione delle testate quotidiane (milioni di copie)	91
Tabella 1.61	Gruppo Caltagirone	92
Tabella 1.62	Gruppo Editoriale L'Espresso	92
Tabella 1.63	Gruppo Monti (Poligrafici Editoriale)	92
Tabella 1.64	Gruppo RCS	93
Prospetto 1 -	Testate quotidiane: tiratura nazionale (2007)	94
Prospetto 2 -	Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Nord-Ovest (2007)	98
Prospetto 3 -	Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Nord-Est (2007)	99
Prospetto 4 -	Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Centro (2007)	100
Prospetto 5 -	Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Sud (2007)	101
Tabella 1.65	Principali testate periodiche per copie vendute (graduatoria 2007)	103
Tabella 1.66	Editoria periodica per tipologia di ricavo	104
Tabella 1.67	Quote di mercato nell'editoria periodica, settimanale e mensile (%)	105
Tabella 1.68	Investimenti pubblicitari mondiali per area geografica	106
Tabella 1.69	Investimenti pubblicitari mondiali per mezzo	106
Tabella 1.70	Investimenti pubblicitari europei per mezzo	107
Tabella 1.71	Investimenti pubblicitari per paese/mezzo nel 2007 (%)	108
Tabella 1.72	Spesa pubblicitaria per abitante nel 2007 (euro)	108
Tabella 1.73	Investimenti pubblicitari in rapporto al Prodotto Interno Lordo nel 2007 (%) \dots	109
Tabella 1.74	Investimenti pubblicitari in Italia per mezzo	110
Tabella 1.75	Investimenti pubblicitari in Italia per settore merceologico	110
Tabella 1.76	Investimenti pubblicitari: mezzo per categorie merceologiche (2007 in %)	111
Tabella 1.77	Investimenti pubblicitari: mezzo per categorie merceologiche (2006 in %)	112
Tabella 1.78	Investimenti pubblicitari: categorie merceologiche per mezzo (2007 in %)	112
Tabella 1.79	Investimenti pubblicitari: categorie merceologiche per mezzo (2006 in %)	113
Tahalla 1 90	Il confronto delle normative	112

2. Gli interventi dell'Autorità

Tabella 2.1	Proposta di <i>glide path</i> (centesimi di euro al minuto)	126
Tabella 2.2	Vincoli di <i>price cap</i> per gli anni 2007 e 2008	146
Tabella 2.3	Contributi una tantum con decorrenza 1º aprile 2007 (euro IVA esclusa)	146
Tabella 2.4	Canoni della clientela affari con decorrenza 1° aprile e 1° ottobre 2007 (euro IVA esclusa)	147
Tabella 2.5	Variazione delle valorizzazioni dei <i>basket</i> dei servizi di accesso con decorrenza 1° aprile e 1° ottobre 2007	147
Tabella 2.6	Prezzi delle chiamate da fisso a mobile a partire dal 1º luglio 2007 (eurocent IVA esclusa)	148
Tabella 2.7	Variazione del valore del paniere della quota di <i>retention</i> del traffico fisso-mobile. Manovra del 1° luglio 2007	149
Tabella 2.8	Prezzi delle chiamate da fisso a mobile H3G	150
Tabella 2.9	Variazione delle condizioni economiche della telefonia pubblica (da giugno 2007)	153
Tabella 2.10	Condizioni economiche della telefonia pubblica (da giugno 2007)	
Tabella 2.11	Controversie avviate tra il mese di maggio 2007 ed il mese di aprile 2008	
Tabella 2.12	L'offerta delle reti televisive generaliste terrestri Rai (RaiUno, RaiDue, RaiTre) nel 2007. Generi di servizio pubblico e altri generi. Contratto di servizio 2007-09 (articolo 4). Valori assoluti	185
Tabella 2.13	L'offerta delle reti televisive generaliste terrestri Rai (RaiUno, RaiDue, RaiTre) nel 2007. Generi di servizio pubblico e altri generi. Contratto di servizio 2007-09 (articolo 4). Valori percentuali	186
Tabella 2.14	L'offerta dei canali radiofonici Rai (Radio 1, Radio 2, Radio 3) nel 2007. Generi di servizio pubblico e altri generi. Contratto di servizio 2007-09 (articolo 5)	188
Tabella 2.15	Programmi di servizio pubblico trasmessi dalle tre reti televisive Rai nel 2007	
Tabella 2.16	Tempo di trasmissione di programmi tradotti in LIS per emittente	200
Tabella 2.17	Durata e numero di programmi sottotitolati per tipo	201
Tabella 2.18	Violazioni degli obblighi di programmazione	206
Tabella 2.19	Violazioni degli obblighi di investimento	206
Tabella 2.20	Imprese di produzione o di distribuzione ed associazioni	208
Tabella 2.21	Provvedimenti di autorizzazione alla diffusione via satellite	209
Tabella 2.22	Numero di programmi e di soggetti autorizzati	210
Tabella 2.23	Volume di attività connesso alle verifiche del rispetto dei principi di cui all' articolo 43 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177	212
Tabella 2.24	Emittenti televisive nazionali, stato dell'attività sanzionatoria nel settore della pubblicità televisiva	216
Tabella 2.25	I settori merceologici che compongono il SIC	221
Tabella 2.26	Il SIC per aree economiche nel 2006 (milioni di euro)	223
Tabella 2.27	Verifiche impianti radiotelevisivi	237
Tabella 2.28	Attività ispettiva nei riguardi degli operatori di telecomunicazioni	240
Tabella 2.29	Attività ispettiva nei riguardi degli enti pubblici	241
Tabella 2.30	Attività ispettiva nei riguardi delle emittenti televisive e radiofoniche	242
Tabella 2.31	Attività ispettiva nei riguardi delle emittenti televisive satellitari	243
Tabella 2.32	Attività di risoluzione extragiudiziale di controversie	246
Tabella 2.33	Sintesi dei procedimenti sanzionatori avviati o conclusi e relativi provvedimenti adottati (dal 1º maggio 2007 al 30 aprile 2008)	259

3.	I rap	porti	istituzional	i dell	'Autorità
----	-------	-------	--------------	--------	-----------

Tabella 3.1.	Pareri resi all'Autorità garante della concorrenza e del mercato in merito a operazioni di concentrazione nel settore delle comunicazioni	292
Tabella 3.2	Co.re.com.: leggi istitutive, Presidenti e deleghe	300
Tabella 3.3	Co.re.com.: attività, iniziative e risoluzione delle controversie	303
4.	L'organizzazione dell'Autorità	
Tahella 4 1	Dotazione organica complessiva del personale dell'Autorità	330
Tabella 4.1.	Dotazione di ganica complessiva dei personale dell'Adtorità	

Indice delle figure

1. Il sistema delle comunicazioni

Figura 1.1	Mercato dei servizi di telecomunicazioni nel mondo (miliardi di euro)	14
Figura 1.2	Servizi di telecomunicazioni nel mondo - variazioni 2005-2007 (%)	14
Figura 1.3	Mercato dei servizi di telecomunicazioni nel mondo (variazione in %)	15
Figura 1.4	I servizi di telecomunicazioni nel mondo nel 2007 (%)	16
Figura 1.5	Accessi a larga banda nel mondo nel 2007 (milioni)	18
Figura 1.6	Accessi a larga banda nel mondo per tecnologia nel 2007 (%)	19
Figura 1.7	Penetrazione della larga banda nel mondo nel 2007 (in % della popolazione)	20
Figura 1.8	FTTx per area geografica nel 2007 (%)	20
Figura 1.9	Servizi 3G nel mondo nel 2007 (%)	25
Figura 1.10	User 3G in Europa Occidentale nel 2007 (%)	26
Figura 1.11	I servizi televisivi nel mondo per tipologia di risorsa nel 2007 (%)	29
Figura 1.12	I servizi televisivi per aree geografiche (miliardi di euro)	30
Figura 1.13	TV households per area geografica (milioni)	31
Figura 1.14	TV households per area geografica/tecnologia nel 2007 (%)	31
Figura 1.15	Ricavi televisivi in Europa nel 2007 (%)	35
Figura 1.16	Reti televisive digitali in Europa per paese nel 2007 (%)	35
Figura 1.17	Evoluzione dell'offerta televisiva	37
Figura 1.18	Andamento dei prezzi al consumo e tariffe dei servizi pubblici (N.I. 1995=100)	45
Figura 1.19	Andamento dei prezzi dei servizi di telecomunicazioni in Europa	
	(N.I. 1997=100)	46
Figura 1.20	Accessi a larga banda su rete fissa (milioni e variazioni %)	49
Figura 1.21	Diffusione della larga banda tra le famiglie (marzo 2008, Italia =100)	50
Figura 1.22	Evoluzione delle quote di mercato di Telecom Italia (%)	51
Figura 1.23	Accessi a larga banda per operatore (marzo 2008 in %)	51
Figura 1.24	Accessi a larga banda su rete fissa in Europa (% della popolazione nel 2007)	54
Figura 1.25	Persone di età > 6 anni che hanno utilizzato Internet - attività svolta in %	56
Figura 1.26	UMTS/HSDPA users (milioni)	62
Figura 1.27	Mobile Number Portability: linee portate (milioni)	65
Figura 1.28	Vendita mensile di decoder DTT (migliaia)	76
Figura 1.29	Diffusione della DTT (milioni)	76
Figura 1.30	Piattaforme televisive digitali: accessi delle famiglie italiane (milioni)	79

Figura 1.31 Figura 1.32	TV digitale per piattaforma (% TV households)
Figura 1.33	Ascoltatori nei sette giorni (milioni)
2.	Gli interventi dell'Autorità
Figura 2.1	Offerta televisiva di servizio pubblico della Rai per genere (2007 in %)18
Figura 2.2	La programmazione di servizio pubblico Rai per genere/canale (2007 in % del totale)
Figura 2.3	Offerta dei canali radiofonici Rai per genere (2007 in %)
Figura 2.4	La programmazione radiofonica di servizio pubblico della Rai per genere/canale (2007 in % del totale)19
Figura 2.5	Utilizzo della segnalazione rispetto ai programmi monitorati (%)19
Figura 2.6	Fasi operative del processo di valutazione economica del SIC22
Figura 2.7	Imprese iscritte al ROC per tipologia di attività (%)23
Figura 2.8	Imprese iscritte al ROC per natura giuridica (%)23
Figura 2.9	Sopralluoghi in termini di copertura radioelettrica23
Figura 2.10	Attività ispettiva presso gli operatori di telecomunicazione (%)
Figura 2.11	Attività ispettiva presso le emittenti televisive e radiofoniche (%)24
igura 2.12	Attività ispettiva presso le emittenti televisive satellitari (%)24
Figura 2.13	Segnalazioni per tipologia di soggetto segnalante (2007 in %)25
igura 2.14	Segnalazioni per regione (%)25
Figura 2.15	Segnalazioni per operatore (2007 in %)25
Figura 2.16	Segnalazioni per argomento (%)25
igura 2.17	Segnalazioni di servizi non richiesti per tipologie (%)
Figura 2.18	Segnalazioni di servizi non richiesti per operatore (%)25
igura 2.19	Segnalazioni relative a presunte connessioni fraudolente (%)25
igura 2.20	Segnalazioni relative a presunte connessioni fraudolente per operatore (%)25
igura 2.21	Sintesi degli importi relativi alle sanzioni riscosse dal 1º maggio 2007 al 30 aprile 2008 (migliaia di euro)
3. Ir	apporti istituzionali dell'Autorità
Figura 3.1	Il Consiglio nazionale degli utenti
4. L'	organizzazione dell'Autorità
Figura 4.1	Gli organi e il Gabinetto dell'Autorità32
Figura 4.2	La struttura dell'Autorità
Figura 4.3	Il Comitato etico
Figura 4.4	La Commissione di garanzia33
Figura 4.5	Il Servizio del controllo interno
Figura 4.6	Le entrate del bilancio dell'Autorità nel 2007 (migliaja di euro)

Il sistema delle comunicazioni

1.1. Il quadro internazionale

■ 1.1.1. Le telecomunicazioni

A livello mondiale il settore delle telecomunicazioni si conferma come uno degli ambiti più dinamici. In un anno, il 2007, in cui l'economia mondiale ha conosciuto un leggero rallentamento del proprio ritmo di crescita (con una previsione al 4,9%), la dinamica del comparto si conferma sui livelli dell'anno precedente (con un incremento del 6,2%).

La crescita è stata trainata dai servizi innovativi (larga banda, trasmissione dati,...), mentre i ricavi da servizi tradizionali (voce) continuano a segnare il passo, soprattutto nella telefonia fissa.

La concorrenza, con l'affermazione di nuovi operatori anche virtuali (nel mobile), ha contribuito a ridurre i prezzi praticati ai consumatori finali, erodendo i margini degli operatori.

In questo contesto, si stanno ridefinendo le strategie dei gestori di telecomunicazioni. Da un lato, si conferma ed anzi si rafforza l'integrazione tra fisso e mobile. Dall'altro lato, la convergenza tra telecomunicazioni e televisione si afferma attraverso modalità e forme organizzative nuove.

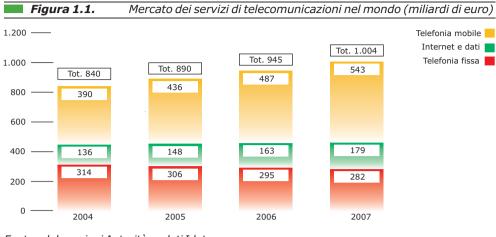
Al contrario di quanto sembrava emergere negli anni scorsi, i *carrier* di telecomunicazioni stanno rifocalizzando i propri sforzi finanziari investendo risorse nelle reti di nuova generazione e parzialmente disimpegnandosi dalle partecipazioni in *media company*.

In altre parole, la convergenza tra i due settori appare affermarsi sempre più attraverso la specializzazione dei ruoli - *carrier* da un lato, fornitori di contenuti dall'altro ed accordi di collaborazione tra i due tipi di operatori, e sempre meno per mezzo di forme organizzative caratterizzate dall'integrazione verticale delle imprese di comunicazione.

L'analisi dell'evoluzione mondiale dell'offerta di servizi di telecomunicazioni procede di seguito con un quadro generale dell'andamento dei principali indicatori, in volume ed in valore, per poi passare ad una serie di approfondimenti di natura generale (l'attività di Merger & Acquisition e le strategie degli operatori) o specifici in relazione ai mercati della telefonia fissa (larga banda, reti di nuova generazione e VoIP) e mobile (3G, MVNO e *infrastructure sharing*).

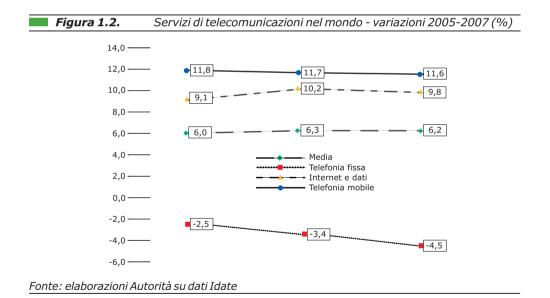
Il quadro generale

Nel 2007, il mercato mondiale dei servizi di telecomunicazioni - i cui ricavi hanno oramai superato i 1.000 miliardi di euro (figura 1.1) - mostra ancora segnali di crescita rispetto all'anno precedente, con un incremento di oltre il 6% del fatturato complessivo (figura 1.2).

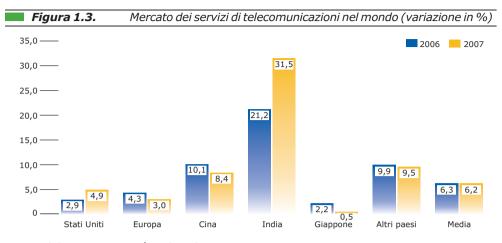


Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

Se da un lato la crescita nei servizi Internet compensa lo strutturale declino della telefonia fissa tradizionale (che nel 2007 ha registrato una riduzione del 4,5%), dall'altro più della metà dei ricavi derivano oramai stabilmente dal mercato della telefonia mobile. In termini relativi, il peso della telefonia fissa scende addirittura al di sotto del 30%, perdendo circa 10 punti in 3 anni, mentre Internet si attesta al 18% e la telefonia mobile sale al 54%.



Da un punto di vista geografico, la crescita mondiale (figura 1.3) è trainata in particolare dai paesi dell'area Asia-Pacifico. In particolare, si evidenzia anche in questo mercato il fenomeno Cindia: soprattutto, si distingue l'India, con un incremento, nel 2007, superiore al 31% (rispetto al 21% dell'anno precedente), seguita dalla Cina, seppure a considerevole distanza (incremento dell'8%).



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

Con un valore dei ricavi stimato in 543 miliardi di euro, il mercato del mobile è, come detto, il segmento che ha generato il maggior incremento in valore (+ 11,6%). La crescita del settore mobile, che, a partire dal 2004, pesa per più della metà dell'intero comparto, è la risultante di due opposte tendenze: da una lato, continua il consistente incremento dei volumi, con una base clienti che, a fine 2007, ha raggiunto i 3,2 miliardi di unità (con un incremento del 19% rispetto al 2006); dall'altro lato, la pressione concorrenziale consolida la fase discendente dei ricavi unitari, con l'ARPU (Average Revenue Per User) che si contrae nell'ordine del 9% su base annua.

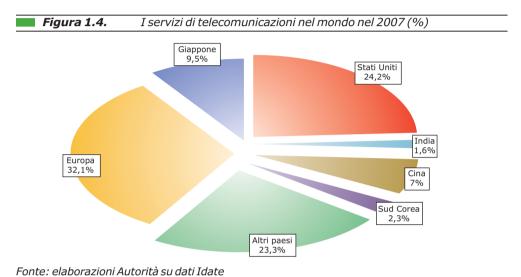
I servizi Internet rappresentano l'altro *driver* di crescita del settore: nel corso del 2007, tali servizi hanno generato ricavi addizionali per 24 miliardi rispetto all'anno precedente, con una crescita del 10%, in linea con l'andamento dell'anno passato. È la larga banda a rappresentare il vero motore del segmento; nell'anno appena trascorso, la clientela di servizi *broadband* è aumentata quasi di 70 milioni di nuove sottoscrizioni, arrivando così a toccare complessivamente, a fine 2007, la soglia di 350 milioni, che diventano 530 milioni se si includono anche gli accessi in *dial-up* (ossia a banda stretta).

Come già sottolineato in precedenza, continua e si accentua invece il processo, iniziato a partire dal 2002, di strutturale contrazione dei servizi tradizionali di telefonia fissa, con una riduzione sia in volume (linee di accesso e minuti di traffico), sia in valore (prezzi e ricavi complessivi). Nell'ultimo anno, il tasso di contrazione del fatturato mondiale di tali servizi è stato di oltre il 4%, così che i servizi di telefonia fissa rappresentano ormai soltanto il 28% del totale complessivo dei ricavi del settore delle telecomunicazioni.

Tornando ad analizzare la segmentazione geografica del mercato (figura 1.4), Stati Uniti ed Europa Occidentale continuano a rappresentare più della metà del fatturato mondiale delle telecomunicazioni (il 56%, per l'esattezza). Peraltro, nell'ultimo anno si è assistito alla riduzione del divario tra l'Europa (32,1%) e gli Stati Uniti (24,2%). Questo fenomeno si spiega con le diverse dinamiche settoriali. In sintesi, alla più accentuata riduzione della telefonia fissa negli Stati Uniti (-6%) rispetto all'Europa (-4%), fa da contraltare – in misura più che proporzionale - l'elevata crescita della telefonia mobile nell'area nordamericana (+13%) che supera considerevolmente la crescita dell'area europea (il 5%). Quest'ultima tendenza appare peraltro conseguen-

za del grado di maturità del comparto raggiunto dal mercato europeo della telefonia mobile, con un tasso di penetrazione medio pari al 112%.1

Nei paesi industrializzati dell'Asia la crescita è meno accentuata (compresa tra l'1,5 ed il 3%) e contraddistinta da un trend negativo. Tale andamento risente pesantemente del ristagno del fatturato del settore in Giappone, dove, da qualche anno, il mercato ha iniziato a viaggiare a ritmi decisamente contenuti (nell'ultimo anno addirittura inferiori all'1%).



In questo contesto, i paesi in via di sviluppo stanno costantemente acquisendo quote di mercato nel settore, crescendo dal 20% del fatturato mondiale del 2002, fino a raggiungere il 32% del 2007. Cinque paesi - Cina, Brasile, Messico, India e Russia - rappresentano più della metà del valore attribuito complessivamente ai paesi emergenti; un quarto dei ricavi di questi paesi è rappresentato dalla sola Cina.

Anche in queste aree, il principale motore di crescita è costituito dai servizi mobili, che nel 2007 hanno registrato un tasso di sviluppo pari al 90%, con un tasso di penetrazione che ha superato il 40% della popolazione. Il 70% del totale delle sottoscrizioni mondiali deriva oramai da queste regioni.

Merger & Acquisition

La pressione concorrenziale nel settore si va intensificando, con l'ingresso di nuovi operatori, anche virtuali, che ha contribuito a ridurre ulteriormente prezzi e margini degli operatori. La concorrenza tende quindi a spostarsi sempre più sulla gamma dei servizi (proliferano offerte *triple e quadruple play*) e sull'innovazione di prodotto. Grazie alla maggiore disponibilità di banda di trasmissione, gli operatori stanno migliorando la loro offerta base con servizi innovativi: IPTV, *mobile TV*, transazioni *on line*, servizi di ricerca o pacchetti *bundle* dedicati a specifici segmenti di clientela, solo per citarne alcuni.

¹ Fonte: 13° Rapporto della Commissione europea.

Inoltre, l'espansione del traffico Internet, il successo di siti di social network (UGC, User Generated Content) quali YouTube e MySpace, la natura asimmetrica delle applicazioni video, stanno avendo un impatto significativo sull'ecosistema generale.

In questo quadro, per gli operatori diventa prioritario adottare nuove strategie, come la rifocalizzazione sul *core business*, la concentrazione sulla qualità del servizio offerto come requisito di differenziazione dai *player* concorrenti, lo sviluppo di pacchetti *bundle* (*triple play* o anche *quadruple play*).

L'attività di M&A sta quindi assumendo alcune connotazioni nuove che danno il senso del mutato assetto concorrenziale, e del cambiamento di orientamento di (alcuni) operatori. Mentre si rafforza l'integrazione fisso-mobile, la convergenza tra telecomunicazioni e televisivo sta assumendo forme organizzative nuove. In altri termini, i carrier sembrano orientati a focalizzarsi sempre più come fornitori di servizi di rete (sia fissi che mobili), mentre la tendenza, degli anni scorsi, all'integrazione con i media appare prendere le forme di accordi piuttosto che quelle di un'unica struttura organizzativa verticalmente integrata.

Ciò è dovuto al fatto che, nel mutato scenario tecnologico e di mercato, le società di telecomunicazioni appaiono considerare la capacità trasmissiva come la leva competitiva più importante, e sono quindi maggiormente inclini a destinare i propri sforzi finanziari al potenziamento delle proprie reti, piuttosto che continuare ad investire in ambiti in cui non possiedono particolari *know how*.

Questa è, ad esempio, la strategia annunciata al mercato da parte di Deutsche Telekom che ha recentemente ceduto la propria divisione media alla *media company* francese Télédiffusion de France. Nello stesso senso, va letta l'operazione con la quale Telefonica ha venduto la controllata Endemol Investment Holding, il primo produttore europeo di contenuti televisivi, ad una cordata formata dall'operatore televisivo italiano Mediaset (tramite Mediacinco Cartera) e da due fondi internazionali, Cyrte Fund II e Gs Capital Partners.

Sempre nell'ottica della focalizzazione sulle reti e della valorizzazione dell'integrazione fisso-mobile, si inserisce l'acquisizione delle divisioni italiane e spagnole di Tele 2 da parte di Vodafone. Tale operazione è tanto più interessante in quanto realizzata da un operatore internazionale che aveva fatto, a livello di strategia complessiva di mercato, della esclusiva focalizzazione sulla componente mobile il proprio marchio di fabbrica.

In tal senso, sarà interessante osservare le future vicende di mercato, valutando ad esempio il destino dell'operatore di telecomunicazioni fisse Tiscali, che opera con significative quote sui mercati italiano e britannico, ed il cui controllo è stato annunciato essere in fase di cambiamento.

Infine, il contesto europeo si continua a caratterizzare per un processo di integrazione dei mercati nazionali. In Italia, hanno fatto il loro ingresso la società telefonica spagnola Telefonica, attraverso l'acquisizione di una partecipazione del capitale azionario di Telecom Italia, e Swisscom, l'incumbent svizzero, per mezzo dell'acquisto del controllo dell'operatore di rete fissa Fastweb. In Spagna, France Telecom è diventato il maggior operatore concorrente di Telefonica, anche attraverso le operazioni di mercato che hanno portato all'acquisizione prima del principale gestore mobile, Amena, poi dell'ISP Ya.com.

Negli Stati Uniti, prosegue il processo di consolidamento del settore attraverso fusioni di imprese anche di rilevanti dimensioni che hanno visto, ad esempio, l'incorporazione di Nextel in Sprint, di MCI in Verizon, di AT&T in SBC e ancora di Bell South

da parte di quest'ultima. Il processo di deconcentrazione del mercato determinato dal *break up*, nel 1984, di AT&T, appare essere stato quasi completamente neutralizzato dalle operazioni di M&A che si sono succedute negli ultimi anni. Allo stato attuale, lo scenario di mercato è contraddistinto sostanzialmente dalla presenza di due grandi operatori di telecomunicazioni: la nuova AT&T e Verizon, l'uno leader nella telefonia fissa, l'altro nella telefonia mobile, e dalla contestuale esistenza di alcuni operatori via cavo che, detenendo reti di accesso alternative, producono una notevole pressione concorrenziale.

Infine, in Giappone l'assetto concorrenziale è vivacizzato dall'affermazione dell'operatore Softbank, concorrente dell'*incumbent* NTT, che si è rafforzato sia per crescita interna, sia attraverso l'acquisizione di operatori quale il gestore mobile Vodafone KK.

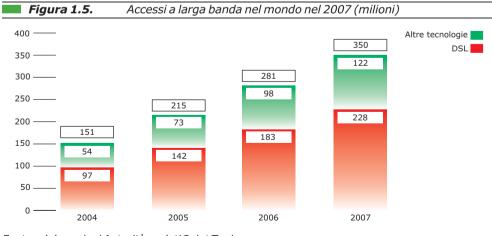
La larga banda

Il mercato mondiale della larga banda continua la sua fase di crescita con tempistiche e modalità differenti da un paese all'altro e soprattutto con tassi di crescita che mostrano una inversione di tendenza rispetto al passato.

A fine 2007, si registrano nel mondo 350 milioni di utenti, con un progresso del 24% (in lieve flessione rispetto al 30% dello scorso anno) e con un incremento netto degli accessi di 69 milioni di clienti *broadband* (figura 1.5).

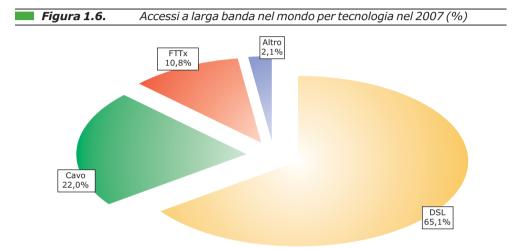
Gli studi di settore indicano che tale progressione della larga banda non è destinata a scemare nei prossimi anni, quanto piuttosto a conoscere differenti articolazioni a secondo del contesto geografico e della tecnologia trasmissiva utilizzata dai gestori per offrire tali servizi (xDSL, cavo, fibra ottica o altra tecnologia).

Allo stato attuale, la modalità di connettività più diffusa nel mondo è quella che utilizza le "vecchie" infrastrutture di accesso in rame, potenziate con l'utilizzo della famiglia di tecnologie trasmissive digitale DSL (figura 1.6). Nel 2007, il 65% degli accessi mondiali a larga banda (pari a 228 milioni di linee) avviene attraverso tale modalità. Da un punto di vista dinamico, si osserva un andamento multiforme degli accessi DSL: da un lato, si riscontra la massiccia migrazione verso tecnologie in fibra ottica soprat-



tutto dei paesi dell'area Asia-Pacifico (Giappone, Corea del Sud su tutti); dall'altro, continua la fase di consolidamento in area europea ed una notevole crescita nei paesi in via di sviluppo (tra i quali spiccano la Cina, l'India, alcuni paesi sudamericani e quelli dell'Europa dell'Est).

Il cavo rappresenta la seconda tecnologia trasmissiva, con un totale mondiale di 76,8 milioni di sottoscrizioni a fine 2007, pari al 22% degli accessi, mentre la fibra ottica è arrivata a 37,8 milioni di sottoscrizioni (11%).



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Point Topic

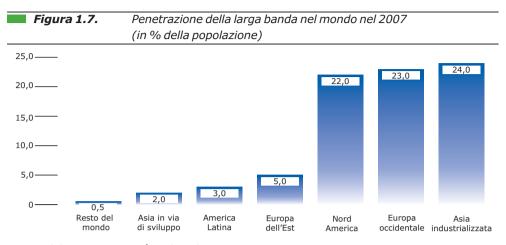
Da un punto di vista geografico, i Paesi industrializzati dell'Asia presentano la più elevata percentuale di penetrazione dei servizi *broadband* con il 24%²; seguono Europa Occidentale³ e Nord America (USA al 21%), rispettivamente con il 23% ed il 22% (figura 1.7). In termini di volumi complessivi, Stati Uniti e Cina rappresentano i mercati *broadband* di più ampie dimensioni, coprendo insieme il 40% del totale delle linee mondiali (la prima con quasi 73 milioni di accessi, la seconda con 66 milioni di sottoscrizioni); segue l'area europea, con la sola Germania che raccoglie oltre 20 milioni di utenti.

Se si combina l'analisi delle tendenze su base geografica con quelle per tecnologia, si segnala una diversa specializzazione delle aree. L'Europa è caratterizzata dalla dominanza pressoché totale della tecnologia DSL. Nel nostro continente, la rete in rame degli incumbent nazionali è ancora utilizzata come il principale strumento per veicolare i servizi a larga banda, con percentuali che arrivano a sfiorare il 100% delle connessioni broadband (per Germania, Francia e Italia sono pari o superiori al 95%) e che comunque non scendono quasi mai al di sotto del 70% (Spagna 79%, Regno Unito 78%).

Sulla tecnologia via cavo è ancora indiscussa la *leadership* del Nord America, area in cui si concentra oltre il 55% del complesso delle sottoscrizioni mondiali via cavo. Ciò è determinato dalla storica presenza di operatori che hanno sviluppato nel tempo reti televisive via cavo, poi riconvertite anche all'offerta di servizi di telecomunicazione.

² Tra i principali si segnalano la Corea del Sud (31%), Hong Kong (30%), Singapore (26%), Giappone (23%) e Taiwan (22%).

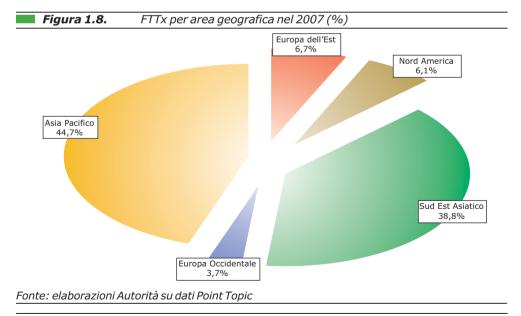
³ Dove spiccano la Svizzera ed i Paesi del Nord con oltre il 30%.



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

Infine, l'analisi dei dati legati alle reti di accesso a larga banda in tecnologia FTTx (figura 1.8) mostra una concentrazione della sua diffusione nei paesi dell'Asia, con oltre l'80% delle connessioni in fibra ottica tra Sud est asiatico (39%) e zona del Pacifico (44%). Appare di particolare interesse evidenziare come in Cina il 21% del totale degli accessi a larga banda sia in fibra (con una crescita superiore al 50% in un anno), valore che corrispondentemente sale in Corea del Sud (34%)e in Giappone (39%)⁴.

Diverso è lo scenario presente sul mercato indiano: in questo paese, in considerazione dello sviluppo economico in atto e con la diffusione della larga banda, passata dai 900 mila accessi nel 2005 ai 7 milioni stimati da Idate per il 2007, il Governo Indiano ha dichiarato il 2007 l'anno del *broadband*", con l'obiettivo ambizioso di offrire entro il 2010 il cosiddetto "Internet veloce" a tutti i cittadini.



⁴ Fonte: elaborazione Autorità su dati Point Topic: World Broadband Statistics Q4 2007, marzo 2008.

Next Generation Networks

Ovunque nel mondo, le innovazioni tecnologiche e le spinte del mercato stanno guidando gli operatori di rete e dei servizi di comunicazione elettronica a migrare le loro reti su architetture di nuova generazione (*NGN, Next Generation Networks*). Negli Stati Uniti si discute più che altro di "convergenza", ma le tecnologie e i *driver* di mercato sono essenzialmente gli stessi trattati con l'NGN.

Il significativo incremento di traffico sulle reti, che oggi raggiunge una media di circa 2 milioni di terabyte per mese, l'espansione del numero degli utenti di servizi Internet, grazie anche ad alcune applicazioni dal successo imprevedibile - quali i siti di social network YouTube e MySpace, i blog e l'instant messaging - l'ampio utilizzo privato di strumenti multimediali che agevola la promozione di contenuti personalizzati, la crescente diffusione dei contenuti televisivi ad alta definizione, sono tutti elementi che fanno stimare una crescita del traffico dell'ordine del 200-250% nei prossimi due anni. Tale evoluzione rischia di condurre rapidamente il sistema verso il congestionamento delle infrastrutture tradizionali.

Sono state quindi avviate in più parti del mondo iniziative da parte degli operatori di accesso volte alla realizzazione di una sempre più estesa copertura di reti in fibra ottica per rispondere all'accentuato incremento della domanda.

Da un punto di vista tecnico, il tradizionale accesso a larga banda, costituito essenzialmente da un collegamento in rame tra il *Main Distribution Frame* (MDF) e l'abitazione dell'utente (il c.d. "ultimo miglio") potenziato dalle tecnologie di trasmissione digitale xDSL, viene progressivamente sostituito da diverse possibili architetture di rete che prevedono il rilegamento in fibra fino alla casa del cliente (FTTH, *Fiber To The Home*), fino all'edificio degli utenti (FTTB, *Fiber To The Building*), ovvero fino all'armadietto di strada (FTTC, *Fiber To The Cabinet*) e rame fino all'utente con trasmissioni in tecnologia *Very High Speed DSL* (VDSL). Ovviamente, le diverse architetture d'accesso prevedono costi e capacità trasmissive diverse e vengono adottate dagli operatori sulla base di *business plan* basati essenzialmente sulla densità abitativa dell'area da servire, le caratteristiche della domanda potenziale (reddito pro-capite, grado di alfabetizzazione informatica, ecc.), presenza di infrastrutture alternative (essenzialmente infrastrutture via cavo ed in prospettiva reti *wireless*), sui costi ed i tempi per gli scavi e la posa della fibra.

L'area asiatica è la pioniera in questo processo, grazie anche alle strategie degli operatori sostenuti dalle politiche dei relativi governi. I progetti giapponese, coreano ed il più recente piano cinese indicano la strada di un deciso intervento dello Stato, volto a perseguire l'obiettivo dell'ubiquità (non a caso il progetto giapponese è stato denominato *Ubiquitous Japan*) della larghissima banda (non meno di 100 Mbps), prevalentemente attraverso tecnologie in fibra ottica fino a casa degli utenti (FTTB/H).

In particolare, il Giappone è al primo posto, a livello mondiale, come base abbonati ai servizi a larghissima banda offerti in fibra ottica. Su questo mercato, la realizzazione di reti in tecnologia FTTB/H ha avuto un'ampia diffusione ed è stata eseguita non solo dall'incumbent NTT, ma anche da diretti concorrenti, società elettriche, operatori via cavo, fornitori di contenuti, e direttamente da amministrazioni pubbliche, locali e regionali.

E' importante segnalare che, sebbene questo Paese abbia implementato una serie di obblighi regolamentari piuttosto stringenti in tema di *unbundling* delle reti in fibra,

tuttavia sono state date chiare indicazioni per le quali i successivi sviluppi della rete rimarranno a carico degli operatori interessati ad entrare nel mercato.

Negli Stati Uniti, la risposta istituzionale e di mercato è stata completamente diversa dagli altri paesi. Il regolatore americano, Federal Communication Commission, ha provveduto a revocare buona parte degli obblighi presenti per la parte di accesso alle reti giudicando, alla luce della presenza di due o più infrastrutture di accesso in concorrenza, il mercato all'ingrosso competitivo anche in assenza di obblighi. L'unico rimedio rilevante per l'accesso a larga banda riguarda il local loop unbundling (LLU), da cui però sono escluse le reti in fibra ottica. In consequenza di questi interventi, si è prodotta una situazione di sostanziale duopolio in molte aree del paese, in cui l'incumbent di telecomunicazioni compete con l'operatore locale via cavo. In questo quadro, anche AT&T e Verizon stanno ora puntando sulle nuove tecnologie di accesso, avendo pianificato una serie di investimenti nelle reti in fibra ottica. Verizon sta gradualmente realizzando un'infrastruttura nazionale in fibra, grazie anche a concessioni in franchising da parte di autorità locali. L'operatore americano ha stanziato 23 miliardi di dollari per un piano di investimenti che si concluderà entro il 2010. Anche AT&T ha avviato, da alcuni anni, il rilascio di reti in fibra sotto il nome di "Lightspeed". Il progetto ha finora richiesto investimenti per circa 4 miliardi di dollari.

L'Europa si avvia con maggiore prudenza verso la migrazione su reti di nuova generazione, con approcci peraltro diversi. In Francia, non solo l'incumbent France Telecom, ma anche Free e Neuf Cegetel stanno investendo nella tecnologia FTTH utilizzando, nei grandi centri urbani (come Parigi), anche i cavidotti municipali ed i sistemi di fognatura; tanto che si sta creando una vera e propria concorrenza infrastrutturale in molte regioni del Paese. France Telecom sta già testando un target di 200.000 sottoscrittori in fibra ottica, principalmente con lo scopo di fidelizzare l'utenza, migliorare la qualità del servizio e commercializzare nuovi pacchetti di servizi, per compensare la contrazione dei ricavi medi dei servizi tradizionali. Free, dopo aver acquisito Citefibre, ha annunciato che investirà, entro il 2012, circa 1 miliardo di euro per la realizzazioni di reti locali in fibra, partendo da una copertura di alcuni quartieri di Parigi. Anche Neuf Cegetel, a seguito dell'acquisizione di Erenis e Mediafibre, offre oggi l'accesso in fibra in due città importanti francesi. Infine, il principale operatore via cavo, Numericable, ha avviato la commercializzazione di servizi ad altissima velocità sulla propria rete e sta investendo anche nelle tecnologie in fibra.

In Germania la distanza piuttosto contenuta dei collegamenti dalle centrali alle abitazioni del cliente (mediamente inferiore ai 400 metri) rende il servizio VSDL di alta qualità, e quindi potenzialmente più redditizio. Deutsche Telekom sta quindi investendo principalmente su tale tecnologia: alla fine di quest'anno, l'incumbent tedesco dovrebbe raggiungere 50 città e più di 25 milioni di potenziali utenti.

Il Voice over IP

Sono stati stimati - a fine 2007 - 66 milioni di accessi VoIP (40 milioni nel 2006) nel mondo, per una copertura dell'1% della popolazione e del 19% degli utenti a larga banda (tabella 1.1).

Tabella 1.1. VoIP⁵: Utenti per area geografica (milioni)

2005	2006	2007	% utenti larga banda
3,5	6,8	16	22
12,1	16,5	21,3	16
12,1	16,2	20,3	36
<0,1	0,3	1	1
6,1	16,7	28,5	25
6,1	16,7	27,8	30
<0,1	<0,1	0,7	4
0,1	0,3	0,7	4
<0,1	<0,1	0,1	1
21,8	40,8	66,2	19
	3,5 12,1 12,1 <0,1 6,1 6,1 <0,1 0,1 <0,1	3,5 6,8 12,1 16,5 12,1 16,2 <0,1 0,3 6,1 16,7 6,1 16,7 <0,1 <0,1 0,1 0,3 <0,1 <0,1	3,5 6,8 16 12,1 16,5 21,3 12,1 16,2 20,3 <0,1 0,3 1 6,1 16,7 28,5 6,1 16,7 27,8 <0,1 <0,1 0,7 0,1 0,3 0,7 <0,1 <0,1 0,1

Fonte: Idate

Per comprendere meglio le dimensioni del fenomeno, si tenga presente che - nella sola area geografica composta dai paesi industrializzati - la stima della diffusione degli accessi VoIP per il 2007 corrisponde ad una penetrazione del 4% della popolazione. Peraltro, tali stime si riferiscono esclusivamente alla tipologia di VoIP cd. "PSTN in uscita", modalità che consente di fare chiamate VoIP verso i soli telefoni fissi. La diffusione del VoIP risulta quindi ben più ampia se si estende il servizio anche alla modalità PC-to-PC, ossia alle comunicazioni tra personal computer.

Tra i paesi industrializzati lo sviluppo del VoIP è oramai generalizzato, ma la diffusione varia da paese a paese in modo anche significativo. Il Giappone rimane *leader* in termini di volumi con 16 milioni di abbonati (circa la metà degli utenti a larga banda), subito seguito dagli Stati Uniti con 14 milioni. Il *trend* positivo di crescita del Giappone risale al 2002, anno in cui il regolatore nazionale introdusse una nuova disciplina in materia di servizio su rete IP e di numerazioni non geografiche in decade⁵. Dietro lo sviluppo così ampio del servizio, emergono fattori quali l'elevata diffusione della larga banda, le tariffe relativamente alte dei tradizionali servizi voce, nonché una più ampia consapevolezza dei consumatori circa i vantaggi economici derivanti dall'utilizzo del VoIP. A ciò si aggiunga il largo successo ottenuto dai servizi offerti dall'operatore alternativo Softbank attraverso la sua controllata, Yahoo!BB, che detiene ben il 50% degli utenti VoIP nazionali.

Negli Stati Uniti, i principali fornitori di servizi VoIP sono rappresentati dagli operatori via cavo. Sebbene il numero degli abbonati sia più che quadruplicato nel giro degli ultimi due anni (fino ad arrivare agli attuali 14 milioni), il tasso di penetrazione del servizio è ancora inferiore a quello dei paesi dell'Europa Occidentale e dei paesi industrializzati dell'Asia-Pacifico.

In Europa Occidentale, dove il servizio raggiunge quasi 28 milioni di abbonati (corrispondenti al 30% del totale degli utenti a larga banda), la Francia conferma la sua supremazia nella diffusione del VoIP: alla fine del 2007, il numero di utenti francesi superava i 9 milioni (pari ad oltre il 60% dei clienti di servizi *broadband*), valore che rappresenta circa il 25% degli utenti totali di servizi telefonici da postazione fissa.

⁵ Relativamente a comunicazioni PC-PC.

Anche in altri paesi europei si assiste al successo dei servizi VoIP; tra questi si ricordano il Regno Unito, con un penetrazione pari al 21% degli utenti a larga banda, e la Germania, dove sono presenti ben 13 operatori e la copertura raggiunge il 32% del *broadband*.

Infine, i servizi VoIP mostrano un particolare dinamismo anche nei paesi emergenti, benché in alcuni di essi certe modalità di fruizione del servizio siano vietate. È questo il caso della Cina, dove il governo ha proibito la commercializzazione delle chiamate Skype VoIP verso numeri fissi; in questo paese sono attualmente ammesse le sole chiamate PC-to-PC.

I servizi mobili 3G

Nell'analizzare le dinamiche di sviluppo legate al settore della telefonia mobile non si può prescindere dall'analisi dei fattori che hanno condizionato tale evoluzione: il trend del comparto registra quasi ovunque nel mondo una crescita positiva, ma contenuta, ed assume contorni diversi tra l'Europa ed il resto dei paesi industrializzati, inclusi gli Stati Uniti. Tale tendenza è principalmente la risultante di due opposti elementi: i) da un lato, la remuneratività del traffico voce, ossia della tradizionale principale fonte di ricavo dei servizi mobili, che mostra una generale e strutturale contrazione della crescita, come testimoniato anche dal progressivo declino dell'ARPU; ii) la remuneratività – aggiuntiva - derivante dai servizi di terza generazione (3G)6, che viceversa risulta in costante crescita.

In Europa, le ragioni del calo dei ricavi dai servizi voce sono molteplici e vanno ricercate principalmente nel taglio delle tariffe di terminazione mobile e nella crescente pressione concorrenziale tra gli operatori mobili storici. Allo stesso tempo, seppure con consistenti differenziazioni tra i diversi paesi europei dove sono presenti, risulta in graduale crescita la concorrenza portata dai gestori virtuali.

Anche negli Stati Uniti la crescita del valore del mercato, pari al 13%, è in gran parte generata dalla massiccia diffusione dei servizi dati che hanno contribuito in maniera determinante a migliorare l'ARPU degli operatori mobili. Stesso discorso vale anche per i paesi industrializzati dell'Asia, dove il segmento mobile ha raggiunto un elevato grado di maturità dei servizi tradizionali.

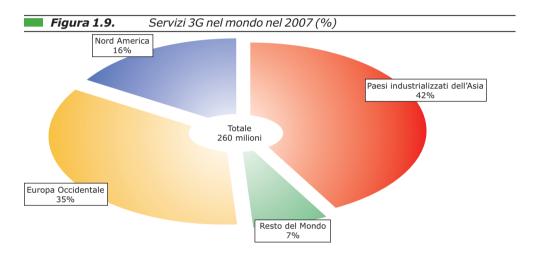
In generale, il principale fattore di crescita del segmento mobile nei mercati avanzati è quindi da ricercarsi nell'affermazione dei servizi di terza generazione presso il pubblico. Le principali categorie di servizi dati maggiormente diffuse comprendono, oltre la messaggistica (SMS e MMS), le transazioni *on line*, i servizi informazione abbonati, l'intrattenimento, le applicazioni che inviano comunicazioni pubblicitarie all'utenza, i servizi di sicurezza. A questi si devono aggiungere la navigazione Internet, nonché, in prospettiva, l'acquisizione di contenuti audiovisivi (televisione in mobilità ma non solo).

Lo stato attuale e le prospettive future dei servizi 3G nel mondo costituiscono, pertanto, i temi degni di maggiore approfondimento per la comprensione dell'evoluzione del settore. Per altro verso, si consideri che la crescente importanza dei servizi dati sta producendo cambiamenti anche negli assetti di organizzazione industriale del settore

⁶ Questi servizi hanno prodotto non solo un forte incremento della base abbonati ma anche un consistente aumento del fatturato che ha più che compensato il declino dell'ARPU dei servizi voce.

della telefonia mobile. Infatti, una crescente quota di fatturato dei gestori mobili deve essere ora condivisa con terze parti, quali, ad esempio, i fornitori di contenuti. Ciò determina cambiamenti nella struttura delle relazioni economiche degli agenti economici, nonché, di conseguenza, possibili nuove problematiche di ordine concorrenziale e regolamentare.

Passando ad un'analisi dello stato di diffusione del servizio, si stima la presenza di circa 260 milioni di utenze 3G nel mondo al termine del 2007, che rappresentano approssimativamente l'8% della base clienti mobile mondiale (figura 1.9).



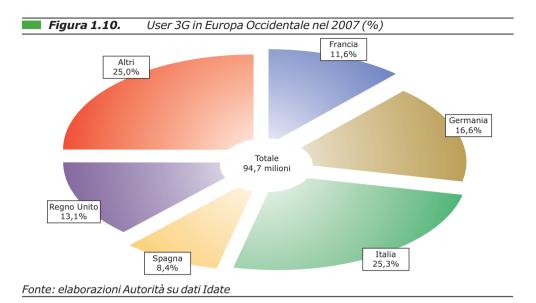
Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

Come si evince dal grafico, i paesi industrializzati dell'Asia rappresentano l'area geografica di maggiore diffusione del servizio, con 110 milioni di utenze, pari ad oltre il 40% delle linee 3G mondiali. *Leader* mondiale del settore si conferma il Giappone con il 75% dei clienti dell'area.

In Europa, quasi tutti gli operatori infrastrutturati hanno lanciato commercialmente i servizi di ultima generazione. Il numero delle utenze sta quindi crescendo rapidamente, coprendo nella sola Europa Occidentale, a fine 2007, il 19% del totale delle linee di servizi mobili. Nell'ultimo anno, tali servizi hanno raggiunto in quest'area un totale di 94,7 milioni di utenze (figura 1.10).

Tra i paesi europei è l'Italia a trainare il mercato, con il 25% della base abbonati complessiva (24 milioni di sottoscrizioni nel 2007); seguono Germania e Regno Unito, rispettivamente con 15,7 milioni e 12,3 milioni di sottoscrizioni. Una valutazione relativa dei mercati nazionali pone l'Italia saldamente al primo posto in Europa anche in termini di reddito pro-capite del servizio. Stesso risultato se si confrontano i tassi di penetrazione dell'UMTS, dove il nostro Paese si conferma al primo posto in Europa ed al secondo nel mondo dietro il Giappone (per una disamina sulla situazione del mercato nazionale si rimanda al paragrafo 1.1.2).

Anche nel Nord America, i servizi mobili di terza generazione stanno mostrando una crescita assai sostenuta, tanto da vedere raddoppiata nell'ultimo anno la base clienti, cosicché la penetrazione del servizio è cresciuta dall'8% del 2006 al 16% del 2007.



Gli MNVO

Gli MVNO (*Mobile Virtual Network Operator*)⁷ sono apparsi per la prima volta in Europa nel 1998, con l'operatore britannico Virgin Mobile. Essi detengono oramai una rilevante quota di mercato sia nel nostro continente che in America settentrionale, raggiungendo oltre 30 milioni di clienti, mentre stentano ancora a decollare in Asia.

Il mercato statunitense è, in particolare, testimone da tempo del proliferare degli accordi di MVNO: nel 2007 tali operatori detenevano il 13% del totale delle linee mobili attivate. I maggiori gestori virtuali - Tracfone (America Movil), Boost Mobile (Sprint), Virgin Mobile (Sprint) - si sono concentrati principalmente nel settore delle pre-pagate ed in particolari nicchie di mercato. Non sempre, tuttavia, tali accordi presentano riscontri economici positivi: ad esempio, il gestore virtuale avviato da ESPN, controllata di Disney, si è rivelato un fallimento. Ciò è dovuto al fatto che tali aziende fanno spesso il loro ingresso in una fase di maturità del mercato, in cui il tasso di penetrazione è già assai elevato. Inoltre, l'indisponibilità fisica di proprie infrastrutture fa sì che i principali, eventuali, fattori di successo degli MVNO siano da riscontrare in particolari segmentazioni della domanda (particolari profili di utenza), ovvero in innovazioni di tipo commerciale e distributivo.8

Come già anticipato, anche in Europa Occidentale gli operatori virtuali hanno riscosso un certo successo. In particolare, i mercati più sviluppati sono quelli dell'Europa del Nord (Scandinavia, Germania, Belgio), dove gli MVNO hanno acquisito posizioni di rilievo, soprattutto grazie a strategie aggressive di prezzo che hanno spinto le tariffe finali verso il basso. In Germania, ad esempio, i tre maggiori operatori virtuali

⁷ Si tratta di operatori di servizi mobili che non possiedono proprie infrastrutture e frequenze e che quindi, per offrire i servizi al pubblico, fruiscono dell'accesso alle reti dei gestori infrastrutturali (MNO, Mobile Network Operator).

⁸ Ovviamente il discorso è diverso per quegli accordi di MVNO attraverso i quali i carrier di telefonia fissa entrano nel mercato mobile, e possono così offrire alla propria base clienti un pacchetto completo (quadruple play) di servizi di comunicazione (è questo il caso dell'accordo stipulato nel 2004 tra BT e Vodafone).

(Debitel, MobilCom, Talkline) raggiungevano, a metà del 2007, il totale di 18 milioni di utenze, pari al 20% delle sottoscrizioni mobili totali.

In Spagna, nel settembre 2006 è stato siglato il primo accordo MVNO tra France Télécom Espana e The Phone House. Successivamente, nel 2007, hanno fatto il loro ingresso sul mercato nuovi gestori virtuali, tra i quali Carrefour, Lebara Movil ed Euskaltel.

In Francia, si deve notare che dei 13 MVNO operanti, nessuno è ancora in grado di controllare una significativa quota di mercato (complessivamente hanno raggiunto il 4% del mercato transalpino). Le cause di tale difficoltà sono state in parte addebitate all'ostruzionismo praticato dagli operatori mobili infrastrutturati a concedere l'accesso alla propria rete. Il caso francese indica, ove ce ne fosse bisogno, la necessità di una continua ed attenta attività di monitoraggio da parte delle Autorità, a tutela della concorrenza, che precluda la possibilità dei gestori di rete di rendere sostanzialmente inefficaci i propri competitori virtuali.

La condivisione delle infrastrutture di rete (mobile infrastructure sharing)

Da un'indagine condotta dalla International Telecommunication Union (ITU), si rileva una tendenza recente del mercato della telefonia mobile, particolarmente accentuata nei paesi in via di sviluppo, a percorrere la strada della condivisione delle infrastrutture di rete. Ciò al fine di incrementare la penetrazione dei servizi mobili, riducendo significativamente - al contempo - i costi fissi (il c.d. CAPEX – Capital Expenditures) connessi agli investimenti nella realizzazione delle infrastrutture, specialmente nelle aree rurali o in mercati marginali. La condivisione delle infrastrutture mobili può altresì stimolare ed agevolare la migrazione delle reti mobili verso tecnologie trasmissive di nuova generazione. Tale tendenza introduce quindi il più generale tema di natura regolamentare e concorrenziale, riferibile ovviamente anche alle nuove reti fisse, della eventuale condivisione dei costi tra *carrier* per la realizzazione delle nuove infrastruture in un ambiente di mercato in cui gli stessi operatori competono, a valle, nella fornitura dei servizi finali al pubblico.

Da un punto di vista tecnico, occorre osservare come vi siano essenzialmente due categorie di condivisione delle infrastrutture: quella passiva e quella attiva. La prima si riferisce alla condivisione di spazio fisico, per esempio centrali, siti e fabbricati. In questo caso, le reti dei gestori rimangono separate. Nella condivisione delle infrastrutture attive, vengono invece condivise le componenti attive della rete mobile, quali gli apparati di rete, di commutazione, le stazioni radio di base ed anche elementi del core network. Il termine condivisione delle componenti attive si intende fino a comprendere il roaming, che consente ad un operatore di usare la rete di un altro operatore laddove la propria infrastruttura non abbia un'adeguata copertura.

Molti paesi europei stanno promuovendo la condivisione della parte passiva delle infrastrutture da parte dei gestori mobili. Dato l'alto costo per ottenere il rilascio di una licenza 3G, molti operatori europei hanno delineato la possibilità di condividere anche le infrastrutture di servizi mobili 3G. Un esempio su tutti è l'accordo stipulato da Orange e Vodafone per la condivisione delle proprie infrastrutture di rete in Spagna e Regno Unito. Secondo Vodafone, l'accordo di condivisione presenterebbe i seguenti risparmi: nel Regno Unito ridurrà il capitale investito e i costi operativi del 30%; in Spagna, contribuirà a diminuire il numero di siti del 40%.

A fronte di tali acclarati benefici per gli operatori, il rischio paventato da alcuni è che tali accordi non si traducano in benefici per i consumatori, ed - anzi - contribuiscano a mitigare la pressione concorrenziale del mercato.

In altri casi, tuttavia, questi accordi permettono la fornitura al pubblico di servizi innovativi, altrimenti non profittevoli per gli operatori privati. In Brasile, ad esempio, all'inizio di quest'anno le Autorità governative locali hanno concesso 44 licenze per la fornitura di servizi mobili 3G. L'Autorità di regolamentazione delle telecomunicazioni, ANATEL, ha imposto alcune misure per assicurare che anche le comunità con meno di 30.000 abitanti ricevano la copertura mobile a larga banda, suddividendo il numero complessivo di tali comunità equamente tra i quattro operatori muniti di licenza. A ciascun operatore è consentito di fare uso della rete degli altri gestori per provvedere al servizio in un'area che non sia quella di propria pertinenza. In questo modo, ANATEL si pone l'obiettivo dichiarato di raggiungere, entro il 2016, la copertura dell'intero paese dei servizi mobili *broadband*.

Analogamente, in India, l'Autorità nazionale ha raccomandato agli operatori mobili infrastrutturati di condividere le proprie infrastrutture, allo scopo di promuovere ed incrementare la disponibilità e l'accessibilità del servizio radiomobile. Il DoT (il Ministero delle telecomunicazioni indiano) auspica di incrementare la condivisione nelle aree urbane del 70% entro il 2010, anche grazie alla concessione di sussidi mirati che spingano in questa direzione. Nel contempo, l'USOF (Indian Universal Service Obligation Fund) ha previsto un analogo schema di concessione di sussidi per l'attivazione e la gestione di circa 8.000 torri in zone periferiche del paese. Questi sussidi saranno concessi a condizione che tali infrastrutture siano condivise da almeno tre operatori mobili.

■ 1.1.2. L'audiovisivo

A livello mondiale, nel corso dell'ultimo anno si è assistito ad un consolidamento delle tendenze già in atto da qualche tempo nel settore audiovisivo. Tali fattori possono riassumersi nella sempre più stretta integrazione tra televisione gratuita e televisione a pagamento, nella focalizzazione degli operatori sul *core* business e nella crescente globalizzazione di gran parte delle principali *media company* europee e statunitensi.

Riguardo al primo fenomeno, si ricorda che il settore audiovisivo, sia in Europa che negli Stati Uniti, è stato a lungo caratterizzato da una netta separazione dei *broadcaster* di televisione commerciale, finanziata unicamente da introiti pubblicitari, da quelli che offrono servizi televisivi a pagamento. Questo scenario è oramai mutato. È infatti in corso un processo che vede le due categorie di *broadcaster* operare simultaneamente, con offerte diverse, su entrambe le tipologie di servizi televisivi. Le ragioni vanno rintracciate: i) nella ricerca da parte delle televisioni commerciali di nuovi e più dinamici segmenti di mercato, in un momento in cui la pubblicità televisiva sembra segnare il passo, mentre i servizi *pay* continuano a crescere a ritmi decisamente più intensi; ii) nella risposta difensiva da parte degli operatori di contenuti a pagamento; iii) nella diversificazione delle attività di *business*; iv) nonché nella proliferazione dei mezzi trasmissivi che rendono possibile e conveniente l'ingresso delle società di comunicazione in ambiti adiacenti.

In questo contesto, ai fini della fornitura di servizi televisivi, le reti trasmissive ten-

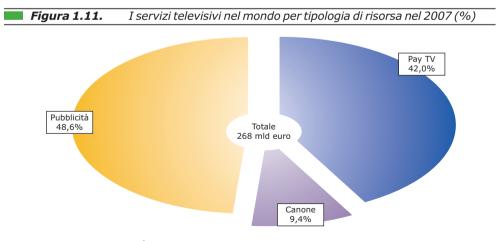
dono gradualmente a perdere la natura di collo di bottiglia che avevano assunto nel periodo della televisione analogica. Di conseguenza, le media company si stanno indirizzando verso le attività core, ossia prevalentemente nella produzione e distribuzione di contenuti audiovisivi. Come è stato messo in evidenza nel paragrafo precedente, la convergenza tra telecomunicazioni e televisione passa sempre più per la specializzazione dei ruoli degli operatori di rete, da un lato, e dei fornitori di contenuti, dall'altro lato. Oltre alle già citate operazioni che hanno coinvolto Mediaset (con l'acquisizione di Endemol assieme ad altri soggetti) e Télédiffusion de France (che ha acquisito la divisione media di Deutsche Telekom), nell'ultimo periodo vanno nella direzione della focalizzazione delle attività e del consolidamento del mercato: i) l'annunciata creazione da parte di CBS Corp. e Warner Bros Studios, di una società compartecipata per la gestione di una nuova rete televisiva terrestre negli Stati Uniti ("The CW Television Network") risultante dalla fusione di due reti televisive esistenti, UPN (CBS) e Warner Bros (Time Warner); ii) le numerose fusioni nel settore delle piattaforme via cavo nell'America Latina, capitanate da Televisa e Globo; iii) l'acquisizione del controllo di AB Group da parte di TF1 (in Francia e Belgio); iv) l'acquisto di DreamWorks Studio da parte di Viacom, e di Pixar da parte di Walt Disney; v) nonché, infine, la fusione in Francia dei due operatori televisivi a pagamento, Canal+/CanalSat e TPS.

Tali operazioni evidenziano anche il processo di integrazione geografica delle attività televisive in atto, che sta portando alla creazione di pochi grandi gruppi televisivi multinazionali.

Dal punto di vista dell'offerta, non vi sono novità di rilievo, se non nel crescente rapporto di integrazione con il mondo Internet (non solo IPTV, ma vera e propria web TV), e nel consolidamento di alcune innovazioni già emerse negli anni passati, quali la televisione ad alta definizione (HDTV) e la televisione in mobilità (mobile TV).

Il quadro generale

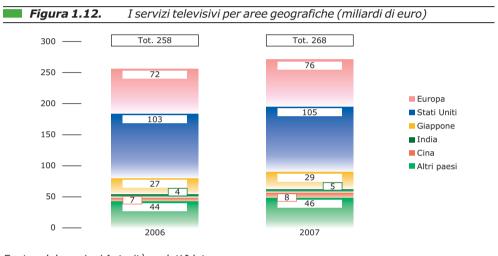
Nel 2007, il settore dei servizi televisivi ha raggiunto il valore di circa 268 miliardi di euro a livello mondiale, con una crescita del 3,8%, in leggera contrazione rispetto a quello degli scorsi anni (nel 2006 la crescita è stata pari al 5,9%; figura 1.11).



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

La ripartizione delle risorse vede la pubblicità, con quasi il 50%, quale fonte di ricavo prevalente nel settore, anche se la differenza con gli introiti derivanti dalla vendita di contenuti televisivi (che registrano un incremento del 5,6% nell'ultimo anno) tende progressivamente a ridursi. Quanto al canone per il finanziamento del servizio pubblico radiotelevisivo, il suo peso si è ridotto ulteriormente nel corso degli ultimi anni, fino a scendere ormai al di sotto del 10%.

Per quanto riguarda la ripartizione del mercato per aree geografiche, i tre principali mercati a livello mondiale rimangono Stati Uniti, Europa e Giappone, che congiuntamente pesano per oltre i tre quarti delle risorse complessive (figura 1.12).



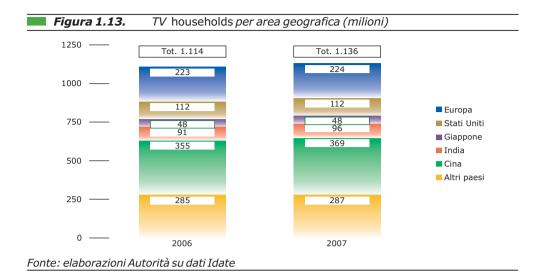
Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

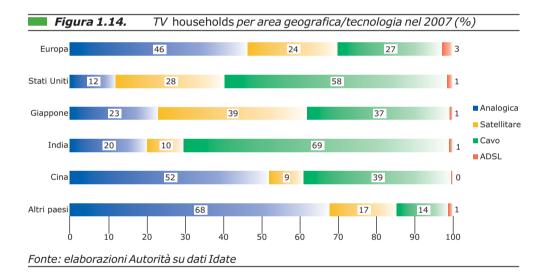
Ovviamente, tale ripartizione cambia radicalmente se si analizza il mercato in termini di utenti, ossia di famiglie dotate di apparecchi televisivi (*TV households*). Da questo punto di vista, prevalgono gli elementi demografici, e quindi il continente asiatico assume una posizione di *leadership*: degli 1,1 miliardi di famiglie mondiali che, a fine 2007, sono dotate di televisione, il 53% proviene dai tre paesi asiatici più popolosi, Cina, Giappone ed India (figura 1.13).

In particolare, la Cina da sola conta più di un terzo delle *TV households* nel mondo, a fronte ad esempio del 10% degli Stati Uniti.

Se si osserva il mercato dal punto di vista delle piattaforme trasmissive utilizzate dagli utenti, la situazione si presenta piuttosto articolata (figura 1.14). La trasmissione televisiva analogica terrestre rimane ancora la più diffusa nel mondo, rappresentando quasi il 50% degli accessi. Nonostante la diffusione ancora ampia della televisione analogica, si assiste alla progressiva e strutturale riduzione della sua quota a vantaggio dei nuovi mezzi trasmissivi: satellite, cavo (coassiale e fibra ottica), televisione digitale terrestre. Tra il 2001 e il 2007, la quota di mercato della televisione analogica ha subito una forte contrazione, passando dal 60% al 47%, con la perdita di 70 milioni di utenti, mentre il numero totale di telespettatori nel mondo è cresciuto di 132 milioni di unità.

Il cavo occupa il secondo posto tra le piattaforme più diffuse nel mondo: il 35% delle famiglie dotate di apparecchio accede ai servizi televisivi grazie a questo mezzo.





Tale percentuale è assai sorprendente, se si considera che la fruizione via cavo è quasi sempre a pagamento. Le aree di elezione del cavo risultano essere Cina, India e soprattutto Stati Uniti (figura 1.14).

La piattaforma satellitare ha ormai superato il 17% delle *TV households*, mentre nel 2001 la penetrazione della piattaforma era pari al 10%. Questa crescita è legata al successo dei *bouquet* digitali a pagamento offerti in molti paesi dell'Europa Occidentale e del Nord America.

Viceversa, nonostante le attese legate all'IPTV, la televisione via Internet rappresenta ancora una frazione marginale degli accessi mondiali (l'1%), avendo riscosso successo soltanto in alcuni ambiti specifici nazionali (in particolare in Francia).

In ragione di questa evoluzione, cresce su scala mondiale la diffusione della televisione digitale, che nel 2007 rappresentava il 22,1% delle *TV households* nel mondo,

pari a 252 milioni di unità⁹, diffondendosi principalmente nei paesi avanzati, Europa Occidentale, Stati Uniti e Giappone. In questi Paesi, dove una larga parte degli accessi è stata già convertita al digitale, lo spegnimento dell'analogico terrestre rappresenta oramai un obiettivo a breve termine (in Europa è fissato per il 2012).

Il mercato cinese

Come è stato accennato in precedenza, la Cina già rappresenta il più grande bacino di telespettatori al mondo. Nell'attuale fase di sviluppo economico del Paese, le trasmissioni analogiche terrestri costituiscono ancora la principale modalità di accesso ai servizi televisivi (coprendo due terzi delle abitazioni); tuttavia, soprattutto nelle grandi aree metropolitane, stanno velocemente prendendo piede le trasmissioni via cavo.

È interessante notare come il progetto di transizione al digitale, inizialmente pianificato, stia incontrando alcuni ostacoli e ritardi. Ciò essenzialmente a causa di due fattori: la mancanza di contenuti digitali particolarmente appetibili ed il prezzo eccessivo delle offerte di televisione a pagamento (via cavo) e delle relative apparecchiature di decodificazione del segnale. In sostanza, il cavo sta incontrando un notevole successo laddove vi è una elevata densità abitativa ed un adeguato reddito pro-capite mentre stenta a decollare come mezzo universale candidato a sostituire le trasmissioni analogiche.

In parallelo, le prime realizzazioni di IPTV sulle reti degli operatori di telecomunicazioni cominciano a fare la loro apparizione sul mercato. Anche se la copertura pianificata di tali servizi risulta limitata ad alcune aree, questi potrebbero acquisire a breve un ruolo rilevante, facendo concorrenza alle trasmissioni via cavo in molte grandi città.

Lo sviluppo della televisione su Internet è tuttavia limitato a causa di stringenti vincoli regolatori imposti dalla Autorità di regolamentazione (SARFT - State Administration of Radio Film and Television), che rischiano di creare delle asimmetrie a favore degli operatori via cavo. Come per il cavo, anche per l'IPTV gli utenti mostrano la loro preferenza verso le offerte base, piuttosto che su pacchetti premium, con conseguenti riflessi negativi sulla redditività degli operatori ed il ritorno degli investimenti.

Con rarissime eccezioni, la televisione via satellite rimane vietata in Cina. Per un ristretto numero di utenti, tale piattaforma provvede principalmente alla diffusione di canali esteri. Conseguenza di queste restrizioni è la proliferazione delle parabole installate illegalmente.

Un'ultima menzione meritano infine le trasmissioni in modalità digitale terrestre. Dopo tre anni di test, la Cina ha annunciato l'adozione dello standard trasmissivo DMB-T (*Digital Multimedia Broadcasting – Terrestrial*), differente da quello adottato in Europa (il DVB-T), ed ha pianificato di lanciare i primi servizi televisivi su piattaforma digitale terrestre proprio in occasione dei prossimi Giochi olimpici di Pechino.

Il mercato indiano

Allo stato attuale, il mercato televisivo indiano appare essere il più dinamico dell'area asiatica: la crescita in valore, il numero di canali (più di 500), ed il rapido svilup-

⁹ Fonte stime di Idate, 2008.

po della piattaforma satellitare (5 *bouquet* satellitari lanciati in due anni), rendono l'India un contesto in grande sviluppo.

Sulla piattaforma terrestre l'assetto di mercato è rimasto bloccato dal monopolio pubblico, che ne ha impedito una dinamica di sviluppo. Paradossalmente, ciò però ha creato i presupposti per la diffusione delle offerte multicanale sugli altri mezzi trasmissivi. Situazione ben diversa è infatti quella della piattaforma satellitare, che è stata introdotta nel 1991 ed il cui sviluppo è stato favorito dagli obblighi di *must offer* imposti dall'Autorità indiana in capo ai maggiori *broadcaster* nazionali. Analogo discorso vale per il cavo che presenta una diffusione assai rilevante, coprendo ben due terzi delle famiglie indiane dotate di apparecchio televisivo.

Anche l'India comincia a sperimentare le prime realizzazioni di IPTV sulle reti degli operatori di telecomunicazioni. La società Reliance, già operativa con un bouquet satellitare, lancerà a breve i primi servizi di televisione su protocollo IP nelle due principali metropoli, Mumbai e Delhi, estendendo in seguito il servizio anche ad altre aree urbane. In ogni caso, l'IPTV, già lanciata sul mercato indiano dagli operatori di telecomunicazioni in bundle con i servizi di accesso a larga banda, sta avendo difficoltà nel confrontarsi con i servizi meno costosi, diffusi tramite il cavo.

Il mercato giapponese

L'industria televisiva giapponese è suddivisa sostanzialmente tra due gruppi di broadcaster: da una parte, i canali televisivi terrestri, che negli ultimi anni stanno tentando la strada della diversificazione accedendo a tecnologie satellitari oppure trasmettendo il proprio segnale terrestre anche in alta definizione (HDTV) ed in mobilità; dall'altra parte, alcuni nuovi entranti che hanno fatto il loro ingresso con la predisposizione di offerte di televisione a pagamento, attraverso il cavo, il satellite o le reti di telecomunicazioni.

La televisione terrestre è organizzata su due livelli: nazionale e regionale. A livello nazionale, sono presenti sette canali (2 pubblici e 5 privati, questi ultimi finanziati esclusivamente dalla raccolta pubblicitaria), mentre localmente operano circa 300 broadcaster regionali, di cui la metà affiliati a canali privati nazionali, di cui trasmettono parte, se non tutti, i programmi televisivi.

Il Giappone è all'avanguardia nell'offerta dei servizi in tecnica digitale terrestre. Le prime sperimentazioni sono infatti cominciate nel 1997, mentre il vero e proprio lancio commerciale è avvenuto, nei tre grandi agglomerati urbani del Paese, nel 2003. Attualmente, la copertura delle reti digitali terrestri arriva al 90% delle *TV households*. Lo *switch-off* dall'analogico al digitale terrestre è stato pianificato per il 2011.

Il secondo gruppo di operatori offre servizi di televisione a pagamento: allo stato attuale, vi sono un bouquet satellitare, 570 operatori televisivi via cavo, nonché 2 offerte premium, disponibili sia sul cavo che sul satellite. Nell'area dell'IPTV, i servizi sono stati lanciati da numerosi operatori di telecomunicazioni (quali NTT e KDDI); tuttavia, la base clienti raggiunta dal servizio è ancora esigua. Al riguardo, si rileva che l'espansione dell'IPTV è ostacolata dalla presenza di obblighi regolatori che distinguono rigidamente tra operatori su rete di telecomunicazione ed operatori broadcaster. Il Ministero delle Comunicazioni ha pianificato la prossima introduzione di una legge per l'adozione di misure di convergenza, volte all'abolizione di questa distinzione. Inoltre, in assenza di obblighi di must offer i broadcaster nazionali hanno avuto successo nel

limitare la diffusione di tale piattaforma impedendo che i loro programmi fossero diffusi su Internet.

Il mercato statunitense

Quello statunitense si conferma il primo mercato mondiale in termini di valore, con un fatturato complessivo di 104 miliardi di euro nel 2007. Tuttavia, la spinta espansiva degli ultimi anni appare essere in decisa fase di rallentamento: il tasso di crescita si è ridotto dal 7,5% del 2006 al 2% dell'ultimo anno. Pubblicità e sottoscrizioni per le offerte di TV a pagamento sono sostanzialmente le (uniche) due fonti di ricavo del settore, ripartendosi il mercato pressoché al 50%.

Dal punto di vista dei mezzi trasmissivi, il cavo rappresenta storicamente una tecnologia largamente diffusa nel Paese, e - sebbene in lento declino - la base clienti è ancora pari a 65 milioni di abbonati. Per scongiurare questa tendenza, gli operatori via cavo stanno ampliando le proprie offerte attraverso la predisposizione di nuovi contenuti audiovisivi (offerti anche in modalità VoD) e canali televisivi e l'offerta in *bundle* di servizi di telecomunicazioni (in particolare l'accesso *broadband*). La transizione verso le tecnologie digitali (attualmente il 37% dei sottoscrittori via cavo è passato dall'analogico al digitale) è stata trainata anche dall'offerta di canali in alta definizione.

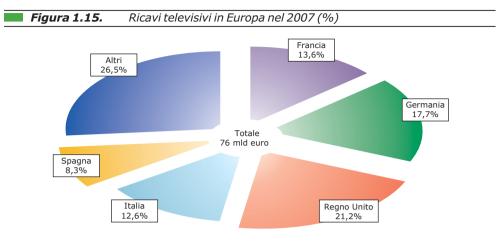
La seconda piattaforma a pagamento per diffusione del servizio è quella satellitare, caratterizzata dalla presenza di due operatori, Dish e Direct TV, che congiuntamente raggiungono 32 milioni di abbonati.

Le trasmissioni gratuite su reti terrestri continuano a detenere un posto importante tra le preferenze degli americani. Gli ascolti fatti registrare da queste emittenti rimangono significativi, anche se in costante e lento declino. Al riguardo, la transizione delle trasmissioni terrestri dall'analogico al digitale è iniziata in forte anticipo rispetto all'Europa: già nel 1998, trasmettevano 42 stazioni televisive in tecnica digitale terrestre. Attualmente, si contano ben 1.600 stazioni televisive che trasmettono con segnale digitale terrestre, in oltre 200 mercati locali (con una copertura stimata pari al 99% delle famiglie)¹⁰.

Il mercato europeo

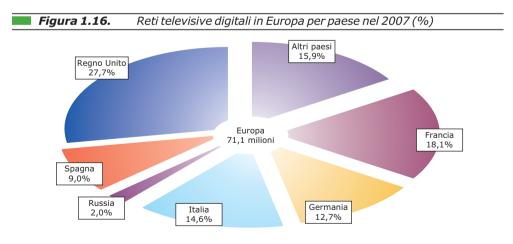
Il mercato europeo è rappresentato da 224 milioni di utenti televisivi e da un fatturato complessivo, nel 2007, pari a 76 miliardi di euro (figura 1.15). Nell'ultimo anno, la crescita in valore del mercato è stata pari al 4,5%, in sostanziale continuità con il 2006. In Europa, rispetto agli Stati Uniti, è ancora più forte il peso della pubblicità rispetto ai ricavi della televisione a pagamento, mentre il canone radiotelevisivo assorbe una percentuale significativa di risorse.

La ripartizione delle risorse economiche tra i vari mercati nazionali vede il Regno Unito in posizione di *leadership* rappresentando, nel 2007, il 21% del mercato televisivo europeo (pari ad un ammontare complessivo di 16 miliardi di euro di ricavi). Seguono, la Germania con il 18% del mercato (13,4 miliardi di euro) e la Francia con il 14% (10,3 miliardi di euro).



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

Anche in Europa, il processo di digitalizzazione del segnale è in fase di forte avanzamento: nel 2007, sono 71 milioni gli accessi europei ai servizi di televisione digitale sulle diverse piattaforme disponibili (figura 1.16). Anche in questo caso, il Regno Unito è leader con quasi 20 milioni di clienti digitali, con una copertura del servizio che raggiunge quasi l'85% della popolazione; seguono la Francia (13 milioni) e l'Italia (10,5 milioni). In questi tre mercati, la televisione digitale è distribuita prevalentemente attraverso la piattaforma satellitare (con un tasso di penetrazione rispettivamente del 44%, 39% e 50% del totale degli utenti TV), e per mezzo del digitale terrestre (penetrazione del 40%, 38% e 42%). Mentre il satellite si caratterizza per le offerte prevalentemente a pagamento, il digitale terrestre si sta affermando come mezzo per l'offerta di programmi televisivi gratuiti. Tuttavia, alcune offerte a pagamento (legate soprattutto a contenuti sportivi e cinematografici) sono ora disponibili anche sul digitale terrestre in nazioni quali la Francia, il Regno Unito, e l'Italia.



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Idate

Si conferma anche per quest'anno la forte presenza del cavo (particolarmente diffuso in Germania, dove copre il 60% circa degli accessi), principale tecnologia per l'offerta di contenuti a pagamento, che continua, anche se con tassi di sviluppo in decisa diminuzione, la crescita della propria base clienti. In totale, a fine 2007, gli abbonati ai servizi via cavo hanno raggiunto i 61 milioni. Su questa piattaforma si segnala un processo di consolidamento degli operatori via cavo nazionali che ha interessato nazioni quali la Francia, la Spagna ed il Regno Unito. Peraltro, tale processo di consolidamento dei mercati nazionali segue di qualche anno quello che ha interessato la piattaforma satellitare, in paesi quali l'Italia, la Spagna, e la Francia.

I cambiamenti nella filiera televisiva

La rapida evoluzione delle modalità di accesso a piattaforme televisive digitali sta riconfigurando l'offerta dei contenuti (si veda anche l'approfondimento successivo), le modalità di consumo da parte dell'utenza, i diversi modelli di *business* adottati dalle imprese.

Accanto alle "tradizionali" modalità di diffusione terrestre (satellitare, digitale terrestre, DVB-H) l'offerta di contenuti su protocollo IP attraverso Internet può assumere tre principali modelli. Il primo modello è rappresentato dalla IP TV (per un'analisi della diffusione in Europa di questo servizio si rimanda all'approfondimento successivo), normalmente disponibile su un normale cavo telefonico con doppino ADSL. Il servizio viene generalmente offerto in "bundle" con gli altri servizi forniti dagli operatori telefonici, che svolgono, prevalentemente, la funzione di carrier di contenuti prodotti dai tradizionali broadcaster, con alcuni servizi a valore aggiunto resi possibili attraverso l'interattività con l'abbonato. Tale modello presenta notevoli possibilità di arricchimento delle funzionalità, che consentono di disegnare in modo dettagliato i profili di consumo da parte degli investitori pubblicitari.

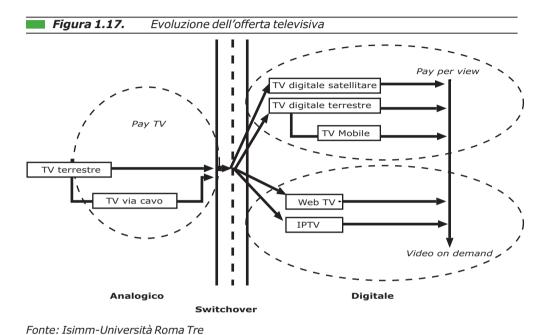
Il secondo modello vede negli aggregatori di contenuti quali YouTube una tipologia di operatore che offre in rete contenuti UGC (*User Generated Content*), video autoprodotti o riproposizioni di contenuti di altra natura, con modalità di finanziamento pressoché integrale attraverso la pubblicità. Tale modello sta evolvendo ulteriormente secondo modalità che prevedono l'offerta di cortometraggi, video musicali, documentari di profilo professionale offerti, gratuitamente o a pagamento. Esempio ne è Current TV, il network indipendente creato dall'ex vicepresidente degli Stati Uniti Al Gore, che copre il 30% del proprio palinsesto con i video creati dagli utenti. L'emittente, disponibile in Italia attraverso la piattaforma Sky, rappresenta un concreto esempio di convergenza tra un modello nato per essere fruito attraverso Internet ed uno offerto, invece, su una tipica piattaforma televisiva quale quella rappresentata dal satellite.

Il terzo modello è rappresentato dalla web TV, ricevibile sul personal computer, ma anche sul televisore domestico, attraverso la disponibilità di opportuni apparati di "decodifica" di natura non proprietaria. Gli editori di web TV provengono da diversi ambiti merceologici, che vanno dagli editori televisivi tradizionali che attraverso il web ampliano la catena del valore dei propri servizi, alle imprese editoriali della carta stampata quotidiana e periodica, alle emittenti televisive e radiofoniche che trasmettono in simulcast¹¹, o che, in mancanza di una dimensione economica che consente loro di accedere alle necessarie frequenze, trasmettono sulla rete i propri programmi.

¹¹ Trasmettono contemporaneamente i propri programmi su più di un mezzo (es: web ed etere).

Tuttavia è lo *streaming*¹² su protocollo IP la modalità trasmissiva in grado di assicurare, con limiti dettati solo dalla capacità di banda disponibile, una ampia gamma di servizi *video on demand*.

La sintesi dei percorsi evolutivi dell'offerta televisiva è rappresentata nella successiva figura 1.17.



La progressiva diffusione della televisione digitale, e delle diverse modalità di fruizione dei servizi offerti sulle varie piattaforme, sta provocando il graduale abbandono della modalità di consumo "lineare" del prodotto televisivo, dove con tale termine si intende la visione dei contenuti video secondo la sequenza decisa dal *broadcaster* (il palinsesto). La disponibilità dei videoregistratori prima (che hanno permesso la visione differita e ripetuta dei programmi) e dei DVD poi (che consente nuove funzionalità, quali visioni plurilingue, visione di contenuti addizionali ecc.) ha fornito agli utenti gli strumenti per iniziare a "predisporre" un consumo televisivo personalizzato. La televisione digitale tende progressivamente a ridurre il potere del *broadcaster* a favore, in primo luogo, dei "nuovi" produttori di contenuti, forniti da piccoli soggetti di nicchia, da singoli individui, ovvero dai grandi *player* internazionali, che possono veicolare la propria offerta al pubblico attraverso altri *carrier* (ad esempio operatori IPTV) o renderli direttamente disponibili via *web* TV.

¹² Sequenza di immagini inviate in formato compresso e mostrato all'arrivo. Con lo streaming video (ovvero Streaming Media) l'utente non deve attendere che il file venga totalmente scaricato sul proprio PC per poterlo visionare (o ascoltare). Infatti, le informazioni vengono inviate in un flusso continuo (stream) e sono elaborate appena arrivano. Una delle applicazioni di questa tecnica è la diretta. In questo caso, il segnale video viene compresso in un segnale digitale e trasmesso in rete da un server in grado di inviare simultaneamente lo stesso video a più utenti (multicasting).

I contenuti a larga banda

Da quanto è stato appena illustrato, emerge chiaramente come l'industria dell'audiovisivo stia attraversando un periodo di grandi cambiamenti che riguardano la produzione e la distribuzione dei contenuti. In analogia con quanto è di recente accaduto nel mercato della musica, dove la tecnologia ha radicalmente mutato il modello di *business*, anche l'industria audiovisiva appare avere iniziato un nuovo percorso, segnato dalla diffusione di Internet e dei servizi a larga banda.

La crescita della penetrazione e della velocità di connessione degli accessi a larga banda rappresenta una nuova importante forma di distribuzione di contenuti audiovisivi, ma pone anche importanti problematiche legate - ad esempio - alla tutela dei diritti di proprietà, alla distribuzione dei ricavi tra *carrier* e fornitori di contenuti, alla produzione di questi ultimi a seconda dello specifico mezzo distributivo (dalla larga banda alla telefonia cellulare).

Questo fenomeno ha generato un cambiamento di proporzioni notevoli, se rapportato ai servizi forniti su sistemi chiusi, quali il cavo o le reti satellitari, che a lungo hanno rappresentato gli unici strumenti di diffusione di contenuti on demand per i broadcaster.

Si calcola che - alla fine del 2007 - circa 2 milioni di utenti in Europa abbiano fruito di contenuti scaricati a pagamento; senza poi tenere conto degli utenti che scaricano contenuti in modalità *free*. Internet, in particolare, permette di offrire programmi personalizzati destinati esclusivamente alla distribuzione *on line* e di offrire agli utenti una selezione personalizzata di contenuti.

Le dinamiche prima richiamate pongono sfide regolamentari già note (l'eventuale imposizione di obblighi di *must offer* e di *must carry*) ma anche "nuove" (in primis, l'eventuale estensione ai nuovi media della regolamentazione sul diritti d'informazione ovvero sulla pubblicità), in corso di discussione anche in Europa. L'esperienza presente e passata (in tal senso si vedano ad esempio i casi precedentemente illustrati dei mercati cinese ed indiano) dimostra che l'attività di vigilanza sull'allocazione dei contenuti può essere determinante nel guidare lo sviluppo del settore. La nuova centralità che oggi rivestono i contenuti audiovisivi pone quindi tale argomento al centro del dibattito regolamentare.

L'IPTV

L'Europa rappresenta il mercato più avanzato in termini di offerta e diffusione dei servizi IPTV. Mentre in altri ambiti, la televisione su protocollo Internet stenta ancora a decollare, in Europa questa modalità ha assunto dimensioni significative ormai non marginali, sia in termini di valore che di utenti. Questi risultati sono dovuti sia alla competizione che ha indotto gli operatori a praticare prezzi assai contenuti, sia agli accordi raggiunti dai *carrier* con i fornitori di contenuti (in particolare, quelli relativi ad eventi sportivi). Nondimeno, l'IPTV non ha ancora raggiunto livelli di diffusione tali da costituire una minaccia o da esercitare una effettiva pressione competitiva sulle piattaforme via cavo e satellitare.

Alcuni dati possono dare la dimensione del fenomeno. Attualmente, in Europa Occidentale ci sono 5,2 milioni di utenti di servizi di IPTV, di cui la metà sul mercato francese. In questo paese, l'offerta ha assunto una dimensione ragguardevole, se si considera che esistono otto *provider* presenti con proprie offerte IPTV (tabella 1.2).

In termini di ricavi, la componente *on demand* dell'intera industria dell'IPTV ammonta a circa 250 milioni di euro e si stima possa raggiungere i 1.500 milioni di euro per la fine del 2011.

Tabella 1.2. IPTV: Utenti nei principali paesi europei nel 2007 (migliaia)

Germania	135	
Francia	2.773	
Italia	250	
Spagna	535	
Regno Unito	240	

Fonte: elaborazioni Autorità su dati e-Media

A fronte dell'indiscusso successo dell'esperienza francese (ed in parte di quella spagnola) e delle prospettive di crescita del servizio, in altri mercati europei la diffusione dell'IPTV non ha finora confermato le aspettative iniziali. È questo soprattutto il caso della Germania e del Regno Unito, dove - dopo il lancio di Tiscali TV - la società di servizi broadband ha dichiarato di aver perso quasi la metà degli utenti rilevati a suo tempo dalla acquisizione di Homechoice.

1.2. In Italia

■ 1.2.1. Le telecomunicazioni

In un contesto di mercato sempre più integrato a livello internazionale, risulta evidente che le telecomunicazioni italiane, seppur con alcune specificità nazionali, seguano le principali tendenze mondiali del settore. Tanto più che il contesto italiano è caratterizzato da un elevato grado di apertura del mercato, ed è quindi interessato da ingenti investimenti da parte di operatori multinazionali. Ciò premesso, l'ultimo anno è stato quindi caratterizzato da un significativo arretramento dei ricavi da servizi voce e della contestuale crescita della componente dati. Di conseguenza, si assiste, ad una lieve contrazione dei ricavi lordi del settore¹³ (principalmente dovuta alle significative riduzioni dei prezzi sia finali che all'ingrosso), contestualmente ad una rilevante crescita dei volumi di traffico. Tutto ciò in un contesto in cui il peso del settore si sposta sempre più sul segmento mobile, che conferma una dinamica maggiormente vivace rispetto al mercato dei servizi di telecomunicazione da postazione fissa.

Nella valutazione delle prospettive del settore ed, in particolare, delle dinamiche della domanda di consumatori, imprese e Pubblica Amministrazione, molta attenzione bisogna porre sulla evoluzione concorrenziale dei mercati sia di rete fissa che di rete mobile; in un ambito che, come verrà di seguito illustrato più in dettaglio, conosce un rapido aumento della domanda di capacità trasmissiva delle reti. Particolare rilevanza – sotto questo profilo – riveste il tema della diffusione della larga banda nel territorio e l'analisi delle determinanti alla base dell'adozione dei servizi *broadband* sia fissi che mobili.

Da un punto di vista più specificamente regolamentare, l'anno appena passato mette in risalto una serie di interessanti fatti stilizzati, utili per comprendere l'attuale assetto competitivo del settore, gli effetti sul benessere dell'intera collettività nazionale, nonché le prospettive future del comparto. Questi fatti, che saranno ampiamente illustrati in questo capitolo, possono essere brevemente sintetizzati come segue:

- i) ulteriore aumento della pressione concorrenziale in tutti gli stadi della filiera del settore, anche se permangono ambiti di attività (quali l'accesso da postazione fissa) in cui il grado di competizione è ancora insoddisfacente;
- ii) conseguente significativa diminuzione dei prezzi praticati dagli operatori ai consumatori, pur in un contesto economico nazionale caratterizzato dalla ripresa della dinamica inflazionistica;
- iii) ampliamento della gamma dei servizi offerti al pubblico, grazie anche all'ingresso sul mercato degli operatori mobili virtuali (per un approfondimento, si rimanda al paragrafo 1.1.1);

¹³ In termini omogenei con quanto previsto all'articolo 2425 lettera a), n.1 del Codice Civile (Ricavi delle vendite e delle prestazioni). Tali ricavi includono sia gli introiti derivanti dalla vendita di beni e servizi ad utenza finale (clienti residenziali e affari) sia quelli derivanti dalla vendita di servizi ad altri operatori di telecomunicazioni (ricavi "wholesale").

- iv) ampia diffusione presso i consumatori di una serie di innovazioni di prodotto (UMTS, Mobile TV, VoIP), che pongono l'Italia in una posizione di *leadership* internazionale;
- v) ripresa degli investimenti infrastrutturali degli operatori, che tuttavia non ha ancora interessato le reti di nuova generazione, ma che ha comunque prodotto importanti risultati, quali la progressiva riduzione del fenomeno del "digital divide".

La restante parte del paragrafo sarà dedicata ad approfondire tali tematiche.

Il quadro generale

In via preliminare, occorre evidenziare che i dati relativi al mercato delle telecomunicazioni italiane su rete fissa e mobile presentanti in questo capitolo, come per la scorsa Relazione Annuale¹⁴, sono stati elaborati, salvo diversa indicazione, attraverso la raccolta di alcune informazioni presso le principali imprese del settore¹⁵.

Con riferimento alle risorse complessive del settore, nel 2007, si amplia la forbice tra mercato mobile e quello fisso 16 , il quale registra una contrazione di quasi il 4%, quest'anno non compensata dalla – peraltro modesta - crescita della telefonia mobile. In tal modo, per la prima volta negli ultimi anni, si assiste ad una riduzione dell'ammontare complessivo dei ricavi dei servizi di telecomunicazione (tabella 1.3). $^{17\,18}$

Tabella 1.3. Telecomunicazioni fisse e mobili – ricavi lordi (miliardi di euro)

	2006	2007	Var. % `07/′06
Rete fissa	23,02	22,13	-3,9
Rete mobile	24,04	24,29	1,0
Totale	47,06	46,42	-1,4

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Tale contrazione, tuttavia, solo in parte appare conseguenza della sostanziale saturazione di alcuni mercati finali. Più importante risulta, invece, la consistente ridu-

¹⁴ Cfr. "Premessa metodologica", Relazione Annuale 2007 dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, pag. 44.

¹⁵ Le imprese considerate sono: BT Italia, Cable & Wireless, Colt, Eutelia, Fastweb, H3G, Infracom Italia, Orange Business Italy, Retelit, Tele2, Telecom Italia, Teleunit, Tiscali, Vodafone NV, Welcome Italia, Wind. Questi operatori sono stati selezionati sulla base di specifiche classi di fatturato costruite attraverso l'analisi dei bilanci di esercizio relativi a 65 imprese presenti nel mercato italiano. Ai fini di una completa rappresentazione del mercato, i ricavi degli altri operatori di rete fissa, per i quali non si dispone di dati puntuali, sono stati stimati in circa il 2% di quelli riferibili alle imprese sopra indicate.

¹⁶ Il 2005 è l'ultimo anno in cui i ricavi lordi della telefonia fissa sono risultati superiori a quelli del settore mobile (23,5 vs. 23,0 miliardi di euro).

¹⁷ I dati raccolti risultano, relativamente al 2006, coerenti con quanto è stato pubblicato dall'Istat (Collana "Statistiche in breve", "Le imprese di telecomunicazioni – anno 2006", dicembre 2007), la cui stima si discosta da quella presentata in questa sede per meno dell'1%.

¹⁸ Nelle tabelle che seguono, nel caso di dati espressi in valore, per mere ragioni di arrotondamento numerico, la somma dei decimali relativi ai singoli addendi potrebbe non essere uguale a quello relativo al risultato complessivo.

zione dei ricavi dalla vendita di servizi intermedi (tabella 1.4), ossia degli introiti che derivano dalla fornitura di servizi "all'ingrosso" ad altri operatori di telecomunicazioni. A tale dinamica, concorrono in modo significativo gli effetti di alcuni dei provvedimenti regolamentari adottati dall'Autorità nell'ambito del primo ciclo di analisi dei mercati di comunicazione elettronica¹⁹, che – come peraltro nel resto dei paesi dell'Unione europea - hanno comportato una ulteriore riduzione delle tariffe all'ingrosso degli operatori dotati di significativo potere di mercato.

Tabella 1.4. Ricavi da servizi intermedi forniti ad altri operatori (miliardi di euro)

	2006	2007	Var. %
			`07/ ′06
Rete fissa	5,29	4,93	-6,7
Rete mobile	5,95	5,67	-4,9
Totale	11,24	10,60	-5,7

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

I ricavi complessivi degli operatori di telecomunicazioni derivanti dalla vendita di prodotti e servizi finali sono rimasti sostanzialmente stabili, grazie al maggiore dinamismo fatto segnare dal comparto mobile che – almeno in parte – ha compensato la contrazione dei ricavi derivanti dalla vendita di servizi di rete fissa (tabella 1.5)²⁰. In tal modo, si è ulteriormente consolidata la "supremazia" della telefonia mobile rispetto a quella fissa.

Tabella 1.5. Spesa finale degli utenti residenziali e affari (miliardi di euro)

	2006	2007	Var. %
			`07/ ′06
Rete fissa	17,73	17,20	-3,0
Rete mobile ²¹	18,08	18,62	3,0
Totale	35,82	35,82	0,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Con riguardo all'analisi per tipologia di clientela, emergono interessanti differenziazioni tra ambiti di attività (tabella 1.6). Nella rete fissa, la diminuzione del 3,8% fatta segnare dall'utenza affari sembra testimoniare la crescente pressione concorrenziale,

¹⁹ Cfr. delibera n. 3/06/CONS, "Mercato della terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili", delibera n. 4/06/CONS, "Accesso disaggregato (incluso accesso condiviso) alle reti e sottoreti metalliche per servizi a banda larga e vocali", delibera n. 34/06/CONS, "Mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso", delibera n. 45/06/CONS, "Mercati dei segmenti terminali di linee affittate e dei segmenti di linee affittate su circuiti interurbani", delibera n. 417/06/CONS, "Raccolta terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa".

²⁰ La spesa dell'utenza finale (abbonati residenziali e affari) è definita come la differenza tra i ricavi complessivi indicati dagli operatori a fini civilistici e quelli percepiti a seguito della fornitura di servizi intermedi ad altri operatori di telecomunicazioni.

²¹ I valori indicati non risultano pienamente confrontabili con quelli della scorsa Relazione Annuale per intervenute variazioni ed integrazioni nelle metodologie di calcolo adottate dalle imprese, effettuate con l'obiettivo, inoltre, di garantire piena omogeneità con i dati trasmessi nell'ambito delle avviate attività relative al secondo ciclo delle analisi dei mercati delle comunicazioni elettroniche.

in particolare, nelle offerte commerciali sulla rete commutata. Viceversa, per la rete mobile, la consistente crescita del segmento affari testimonia come siano presenti non marginali spazi di mercato, soprattutto per i servizi avanzati legati ad applicazioni a larga banda.

Tabella 1.6. Spesa finale per categoria di clientela (miliardi di euro)

, , ,	•	,	
	2006	2007	Var. % `07/'06
Rete fissa	17,73	17,20	-3,0
Residenziale	7,80	7,64	-2,0
Affari	9,93	9,55	-3,8
Rete mobile	18,08	18,62	3,0
Residenziale	14,93	14,90	-0,2
Affari	3,15	3,72	17,9
Totale	35,82	35,82	0,0
Residenziale	22,73	22,55	-0,8
Affari	13,09	13,27	1,4

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Quanto al profilo societario dei principali soggetti presenti nel mercato delle telecomunicazioni italiane, dopo l'entrata di Telefonica nel capitale azionario di Telecom Italia, risulta ancora più accentuata la presenza di imprese a controllo estero nel comparto nazionale. Tra i principali operatori presenti sul mercato, al momento Eutelia e Tiscali risultano essere gli unici operatori con un controllo detenuto da soli soggetti giuridici nazionali.

L'apertura del mercato ad imprese estere ha certamente svolto un ruolo positivo nella crescita del settore e nella diffusione di servizi innovativi, in particolare nel caso della telefonia mobile, mentre nella rete fissa le difficili condizioni concorrenziali e reddituali hanno senz'altro inciso sui livelli di investimento del settore. Tuttavia, va segnalato che il 2007 mostra un aumento degli investimenti nella rete fissa, ed in particolare di quelli generati dagli operatori alternativi (OLO, *Other Licenced Operator*) (tabella 1.7). Questo fenomeno appare principalmente riconducibile agli investimenti effettuati per lo sviluppo di reti a larga banda.

Anche se è prematuro ipotizzare una inversione di tendenza nelle attività di investimento nelle telecomunicazioni, va comunque evidenziato come - nel periodo considerato - gli investimenti complessivi mostrino un segno positivo nonostante la sostanziale invarianza delle risorse impiegate per le reti mobili: l'andamento nel 2007 degli investimenti mostra il segno positivo dopo cinque anni di continua contrazione (tabella 1.8).

Allo stesso tempo si osservano, sia pure in misura contenuta, segnali di miglioramento nella redditività complessiva degli operatori concorrenti di Telecom Italia. Per la prima volta dalla liberalizzazione del settore, nel 2006 il reddito operativo delle imprese operanti nel mercato della telefonia fissa ha registrato un valore positivo.²²

²² Stimato in 7 milioni di euro, che si confronta, in termini omogenei, con la perdita di 126 milioni del 2005, ed è relativo ai risultati complessivi dell'analisi dei bilanci d'esercizio 2006 di circa 50 imprese di rete fissa. Il "reddito operativo" (EBIT, Earnings Before Interest and Taxes) rappresenta il reddito d'esercizio al lordo di imposte e tasse, e pertanto costituisce il margine lordo di gestione al netto delle poste finanziarie.

Tabella 1.7. Investimenti in immobilizzazioni (milioni di euro)

	2006	2007	Var. %
			`07/ ′06
Rete fissa	3.589	3.752	4,5
di cui OLO	1.125	1.288	14,4
% OLO	31,3	34,3	
Rete mobile	3.165	3.194	0,9
Totale	6.755	6.946	2,8
% rete fissa	53,1	54,0	
% rete mobile	46,9	46,0	

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Tabella 1.8. Investimenti in immobilizzazioni (variazioni in %)²³

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Rete fissa	-1,3	-24,4	-18,7	6,9	0,4	4,5
OLO	4,5	-50,3	-30,2	30,2	-15,4	14,4
Rete Mobile	-11,7	-28,3	0,7	-11,5	-7,0	0,9
Totale	-6,1	-26,5	-9,3	-2,8	-3,2	2,8

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Per quanto riguarda la dinamica dell'occupazione nel settore, nel 2007 si è verificata una riduzione di oltre il 2%, che ha portato ad 83.000 il livello degli addetti complessivi. Questo risultato complessivo tiene conto della diminuzione degli addetti di Telecom Italia, dovuta a processi di ristrutturazione interna, e di una leggera crescita degli occupati per gli altri operatori di rete fissa, mentre il settore mobile - per la prima volta – sconta una diminuzione degli occupati del comparto (-4,5%).

Da tali evidenze su investimenti, redditività ed occupazione, sembra che l'assetto della competizione nei mercati delle telecomunicazioni italiane – anche con riferimento a quelli di rete fissa – tenda ad un maggiore equilibrio, in cui il contributo degli operatori alternativi diviene sempre più rilevante per lo sviluppo del settore. Difatti, gli operatori alternativi appaiono in grado di investire crescenti risorse finanziarie e di capitale umano sia nella realizzazione di proprie reti, sia nel lancio di nuovi servizi innovativi.

Anche nel 2007 è proseguita, con una ulteriore riduzione - superiore all'8% - la contrazione dei prezzi dei servizi di telecomunicazioni (figura 1.18), con un contributo assai significativo al contenimento dei prezzi al consumo per l'intera collettività. Al riguardo, va osservato come la diminuzione dei prezzi, stimolando la domanda finale, ha contribuito a determinare effetti positivi anche sui consumi, oltre che di servizi, anche di terminali e apparati di telecomunicazioni.

Un confronto con gli altri servizi regolamentati contribuisce ad apprezzare ulteriormente il contributo fornito dal settore delle telecomunicazioni. In primo luogo, si evidenzia che - negli ultimi dieci anni - nessun settore di pubblica utilità presenta un tale virtuoso andamento dei prezzi: le telecomunicazioni sono l'unico comparto a presentare una costante riduzione del livello dei prezzi, mentre gli altri settori evidenziano dinamiche decisamente inflazionistiche (tabella 1.9).

²³ Variazioni calcolate in termini omogenei rispetto all'anno precedente a quello di riferimento.

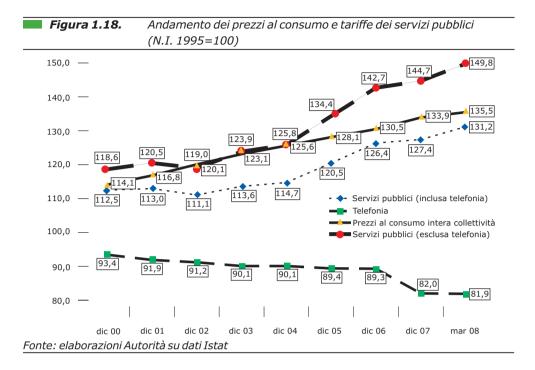


Tabella 1.9. Dinamica dei prezzi dei servizi regolamentati

	marzo 2008 Indice	% paniere dell'Indice dei prezzi al consumo
	1995 = 100	(2008)
Acqua potabile	191,9	0,65
Energia elettrica	127,9	1,18
Gas	156,7	1,96
Pedaggi autostradali	140,8	0,29
Trasporti ferroviari	138,1	0,34
Trasporti urbani	146,6	0,47
Servizi postali	135,0	0,16
Canone TV	129,8	0,24
Servizi di telefonia	81,9	1,99
Totale/Media	131,2	7,29

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Per meglio valutare il contributo dei servizi di telefonia all'andamento medio dei servizi pubblici considerati, si consideri che qualora questi fossero esclusi, il valore medio dell'indice degli altri servizi pubblici considerati, aumenterebbe di oltre 14% portandosi, con riferimento al marzo 2008, a 149,8 (contro un precedente valore di 131,2), livello che - fortemente influenzato dai servizi direttamente collegati ai settori energetici - risulterebbe superiore anche a quello dell'indice generale dei prezzi al consumo (135,5).²⁴

²⁴ La dinamica del complesso dei servizi pubblici considerati è stata calcolata ponderando i livelli di prezzo indicati dall'Istat in termini di numero indice per gli specifici pesi - per ciascuno degli anni considerati - indicati nel paniere dell'indice dei prezzi al consumo dell'intera collettività nazionale.

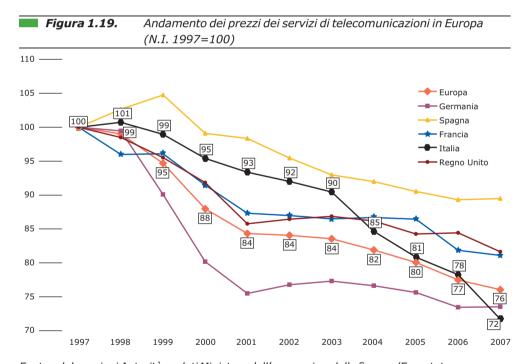
Come è noto, data l'estrema eterogeneità delle offerte di servizi di rete fissa e mobile presenti sul mercato, risulta assai complesso valutarne, in termini omogenei, le relative dinamiche di prezzo. Tuttavia, l'analisi dell'andamento dei ricavi unitari per minuto di traffico relativo a servizi vocali, oltre a confermare, con una riduzione del 7% circa, il dato complessivo stimato dall'Istat, evidenzia il taglio delle tariffe mobili, che nell'ultimo è stato addirittura pari al 13% (tabella 1.10).

Tabella 1.10. Andamento dei ricavi unitari nei servizi di fonia vocale (euro cent/minuto)

	Var. %	
	`07/ ′06	
Rete fissa ²⁵	-3,4	
Rete mobile ²⁶	-13,3	
Media ²⁷	-6,7	

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Un ultimo elemento di valutazione concerne la comparazione internazionale dell'andamento del prezzo dei servizi di telecomunicazioni (figura 1.19), dove emerge



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

²⁵ I valori sono calcolati con riferimento alla fonia vocale locale, nazionale, internazionale e verso reti mobili. E'esclusa la telefonia pubblica, in quanto non presente nel paniere dei servizi di comunicazione considerati dall'Istat.

²⁶ 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. La componente relativa ai costi di ricarica è al netto della quota stimata di competenza dei servizi dati.

²⁷ Valore ponderato per i corrispondenti ricavi unitari per minuto di traffico di fonia vocale.

come - indipendentemente dai livelli di partenza che rappresentano la "base" per la costruzione degli specifici numeri indici nazionali - l'Italia abbia segnato, sia tra i mercati di maggiori dimensioni che rispetto alla media europea, la riduzione dei prezzi maggiormente consistente.

Rete fissa

Nel 2007 è continuata - analogamente a quanto registrato nell'anno precedente - la flessione dei ricavi derivanti dall'offerta di prodotti e servizi di rete fissa rivolti all'utenza finale (tabella 1.11).

Le diverse componenti di ricavo mostrano tuttavia andamenti assai differenziati, che sembrano indicare le possibili dinamiche del settore nei prossimi anni.

Nell'ambito della rete commutata, la contrazione dei ricavi da accesso (-3,8%), da fonia vocale (-4,5%) ed Internet dial up (-26%), testimonia sia la progressiva migrazione verso la rete mobile di abbonamenti relativi soprattutto a "seconde" case sia - soprattutto - la progressiva diffusione presso l'utenza finale dei servizi a larga banda.

Tabella 1.11. Rete fissa: spesa degli utenti per tipologia di servizi (miliardi di euro)

	2006	2007	Var. % `07/′06
Servizi finali su:	13,42	13,34	-0,6
rete commutata ²⁸ *	10,53	9,98	-5,3
reti a larga banda **	2,89	3,36	16,4
Altri servizi dati **	0,77	0,65	-16,2
Altri ricavi**	3,54	3,21	-9,3
Totale	17,73	17,20	-3,0

^{*}I ricavi su rete commutata includono: servizi di accesso, ricavi da fonia (locale, nazionale, internazionale, fisso-mobile), Internet dial up, ricavi netti da servizi a numerazione non geografica e da telefonia pubblica.

. Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Per questi ultimi, che risultano in crescita di oltre il 16%, si evidenzia anche la forte riduzione della componente di ricavi legata al traffico effettuato, che nel 2007 rappresenta circa il 15% degli introiti complessivi (valore che si confronta con il 20% nel 2006). A tale flessione, testimoniata dalla progressiva diffusione degli abbonamenti "flat", come si evidenzia dalla tabella 1.12 nel caso degli OLO^{29} , si contrappone un aumento di oltre il 22% dei canoni di abbonamento.

^{**}I ricavi da reti a larga banda includono canoni e servizi a consumo, gli"altri servizi dati" sono rappresentati da servizi commutati di trasmissione dati e circuiti diretti affittati a clientela finale (esclusi OLO); i restanti "altri ricavi" sono relativi alle attività derivanti da vendita/noleggio di apparati, terminali e accessori e da tutte le altre tipologie di ricavo non espressamente indicate in precedenza.

²⁸ Inclusi ricavi da telefonia pubblica, nel 2007 inferiori ai 100 milioni di euro.

²⁹ Tipologie di offerta il cui prezzo non è stabilito in funzione dei volumi di traffico svolto.

Tabella 1.12. Accessi diretti OLO per modalità di pricing (%)

	2006	2007
"Flat"	52,1	56,8
"Semiflat"	19,2	19,2
"Consumo"	28,7	24,0
Totale	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

I processi di migrazione verso reti mobili e la progressiva sostituzione di numerazioni su rete commutata con abbonamenti su rete a larga banda stanno producendo profondi mutamenti nei consumi di traffico per la fonia vocale su rete commutata (tabella 1.13).

In un contesto di complessiva riduzione dei minuti di traffico, accanto alla progressiva marginalizzazione della telefonia pubblica e della strutturale contrazione del traffico verso Internet a banda stretta, si osserva un aumento significativo del traffico nella direttrice nazionale, dovuto principalmente a modalità di *pricing* con tariffazione unica verso la rete fissa nazionale.

Tabella 1.13. Traffico su rete fissa commutata per direttrice (miliardi di minuti)

	2006	2007	Var. %
			`07/ ′06
Locale	54,3	52,0	-4,2
Internet dial up	31,9	25,8	-19,3
Nazionale	27,0	29,0	7,5
Internazionale	5,1	4,8	-6,7
Reti Mobili	16,8	16,2	-3,7
Telefonia pubblica	0,6	0,3	-43,2
Totale	135,7	128,1	-5,6

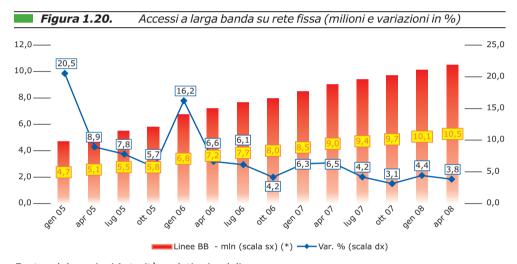
Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Con riguardo alla direttrice internazionale – anch'essa in continua flessione – questa risente sempre più, in particolare per la clientela affari, della diffusione della telefonia su protocollo IP (*Internet Protocol*), dove imprese - come ad esempio Skype - sono presenti con offerte assai aggressive e con prezzi particolarmente contenuti nelle tratte caratterizzate da elevati tassi di crescita.

Tale ultima notazione introduce il tema relativo alle reti a larga banda. Nel 2007, è proseguita in Italia la progressiva copertura territoriale delle reti a larga banda. Accanto alla pressoché integrale copertura della rete di accesso nelle aree urbane (99% della popolazione), nel corso dell'anno la copertura ADSL di prima generazione in ambito suburbano è passata dall'86 al 93%, mentre nelle aree rurali l'aumento è stato ancora più consistente (dal 52% al 75%). Contestualmente, è aumentato il livello di infrastrutturazione degli OLO, che ha portato dal 51 al 56% la popolazione potenzialmente in grado di fruire di servizi a larga banda in modalità ULL (*Unbundling del Local Loop*).

In conseguenza di tali investimenti, la popolazione che è oggi in una situazione di "digital divide infrastrutturale" ³⁰, ossia non in grado di accedere, nemmeno potenzialmente, a servizi broadband di "prima generazione" (ossia capaci di disporre di accessi con velocità fino a 2 Mbps) è pari a 3,4 milioni di individui, con una riduzione di circa tre milioni rispetto al 2006.

In questo contesto, la crescita degli accessi a larga banda, ha così determinato il superamento della soglia di 10 milioni di abbonati *broadband* a fine 2007, cui si devono aggiungere altri 400.000 abbonati relativi al primo trimestre di quest'anno (figura 1.20). Tale dinamica risulta sostanzialmente in linea con quanto avvenuto negli anni precedenti anche se, nell'ultimo biennio, si verifica una riduzione del tasso di crescita (tabella 1.14).



Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

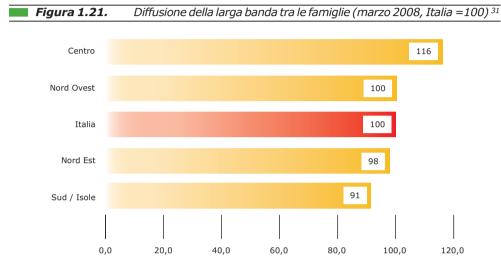
Tabella 1.14. Accessi a larga banda attivati (milioni)

	Attivazioni annue	Attivazioni 1° trimestre
2004	2,3	0,59
2005	2,1	0,41
2006	1,7	0,43
2007	1,7	0,55
2008	-	0,40

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

³⁰ A tale proposito, si può distinguere tra digital divide di lungo periodo e di breve periodo. Nel primo caso, la centrale locale a cui è collegato l'utente è sprovvista sia del DSLAM (Digital Subscriber Line Multiplexer), sia del collegamento in fibra ottica alla rete di trasporto di Telecom Italia, mentre nel secondo caso il collegamento in fibra ottica è invece disponibile e l'abilitazione all'offerta di servizi broaband richiede solo l'installazione del DSLAM.

Dal lato della distribuzione degli accessi sul territorio, le diverse macroaree considerate mostrano alcune apprezzabili differenze: in particolare, si segnala il valore relativo all'Italia Centrale, di circa il 15% superiore al dato nazionale e di ben 25 punti rispetto all'aggregato Sud-Isole. Questo dato, comunque, risulta influenzato dalla presenza della Pubblica Amministrazione nelle sue articolazioni centrali (figura 1.21).



Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Quanto alle piattaforme trasmissive, la tecnologia xDSL, con oltre il 97% delle linee complessive, si conferma la piattaforma dominante in Italia per l'accesso alla larga banda. Tale dato evidenzia l'estrema dipendenza del settore nazionale dalla rete in rame di Telecom Italia che, allo stato attuale, rappresenta l'unica infrastruttura di accesso ai fini della fornitura dei servizi broadband. Gli investimenti effettuati dai carrier sulla rete hanno comunque determinato significativi miglioramenti delle prestazioni, con le connessioni di capacità superiore ai 2 Mbps che, dallo scorso marzo, hanno superato il 50% del totale delle linee attivate (tabella 1.15).

Tabella 1.15. Accessi a larga banda per classe di velocità (marzo 2008 in %)

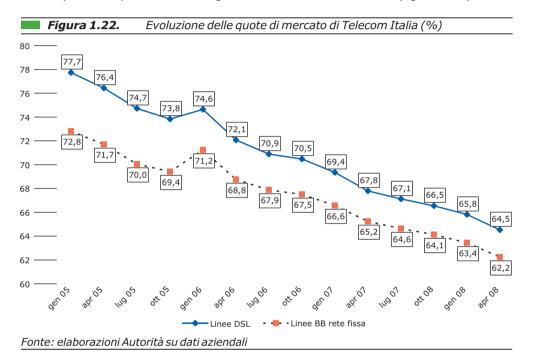
	Nuo	Nuovi entranti (xDSL)			complessivi +OLO)
	Full ULL	Shared Access	Bitstream	Linee DSL	Totale linee di accesso
>144K<2 Mbps	3,6	14,8	25,0	48,6	47,8
>2Mbps <10Mbps	91,5	79,5	75,0	45,8	44,2
> 10 Mbps	4,9	5,7	-	5,6	8,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

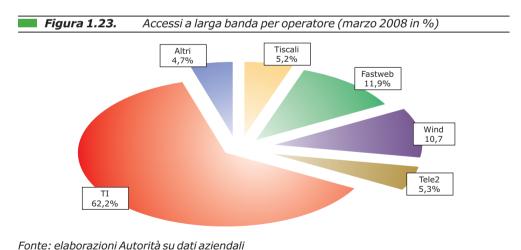
Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

³¹ I dati sono relativi alle linee attive ULL Shared Access degli OLO e quelle xDSL retail di Telecom Italia. Nel 2007, in valore assoluto, le linee relative all'utenza residenziale risultano rappresentare circa l'80% di quelle complessive.

L'assenza di infrastrutture *broadband* alternative, nonché l'integrazione verticale dell'*incumbent*, non possono che ripercuotersi sull'assetto concorrenziale del mercato dei servizi a larga banda, che continua a registrare la prevalenza di Telecom Italia, con una quota di mercato al di sopra del 60% (figura 1.22)³², peraltro superiore alla media dei principali *incumbent* europei.

Tuttavia, deve essere osservato che tale quota è in costante diminuzione, soprattutto, in virtù della crescita dei principali concorrenti – quali Wind e Fastweb – ciascuno dei quali ha superato il 10% degli accessi *broadband* nazionali (figura 1.23).





³² La corrispondente quota dell'încumbent nella media dei Paesi dell'Europa a 15 è circa il 50%.

Nelle aree caratterizzate dalla mancanza di copertura ADSL, crescente attenzione è stata data alle tecnologie *wireless*, che al momento tuttavia non sembrano costituire, per le prestazioni offerte, modalità perfettamente sostitutive di quella *wireline*³³. La loro evoluzione è comunque di particolare importanza per un Paese caratterizzato da un notevole deficit di infrastrutture alternative. Al riguardo, si segnala la conclusione, nel febbraio scorso, dell'asta competitiva per l'assegnazione di 35 diritti d'uso delle frequenze "WiMax" (*Worldwide Interoperability for Microwave Access*) nella banda 3.4-3.6 GHz (banda 3.5 GHz) per l'offerta di servizi di accesso radio a larga banda. Tali frequenze sono state assegnate ad un valore complessivo di 136,3 milioni di euro, importo che in assoluto risulta essere stato il più elevato relativamente a quelli fatti registrare dalle gare già svolte in altri paesi europei ed extraeuropei (tabella 1.16).

Tale risultato conferma le attese del mercato per una tecnologia che, comunque, rappresenterà un notevole elemento di novità in un contesto - quale quello italiano - caratterizzato finora dall'assenza di reti di accesso alternative al rame.

 Italia
 136,3

 Francia
 125,8

 Australia
 71,5

 Germania
 56,1

 Gran Bretagna
 14,7

 Nuova Zelanda
 8,4

Tabella 1.16. Valore di aggiudicazione delle aste WiMax (milioni di euro)

 Germania
 56,1

 Gran Bretagna
 14,7

 Nuova Zelanda
 8,4

 Norvegia
 6,4

 Slovenia
 1,7

 Svezia
 0,5

 Austria
 0,5

Fonte: Ministero delle comunicazioni

Le licenze assegnate consentono l'utilizzo di radiofrequenze mediante l'installazione e l'esercizio degli opportuni apparati di rete per l'offerta di servizi di accesso diretto al pubblico.

In base alla procedura attivata dal Ministero delle comunicazioni 34 , sono stati rilasciati 3 diritti d'uso complessivi (indicati come Blocco A, B e C), ciascuno di ampiezza frequenziale pari a 2x21 MHz. Di tali diritti, due (Blocco A e B) sono stati rilasciati per aree di estensione pluriregionali, mentre uno (Blocco C) è stato rilasciato a livello regionale.

Le successive tabelle 1.17 e 1.18 illustrano l'articolazione pluriregionale dei blocchi ed il corrispondente importo economico corrisposto dagli operatori che sono risultati vincitori dell'asta.

³³ Con particolare riferimento alla tecnologia WiMax, va considerato come la disponibilità di banda per cella/base station è compresa tra i 20 ed i 30 Mbps, da dividere tra tutti gli utenti contemporaneamente connessi.

³⁴ Sulla base di quanto previsto dalla delibera n. 209/07/CONS (Procedure per l'assegnazione di diritti d'uso di frequenze per sistemi Broadband Wireless Access (BWA) nella banda a 3.5 GHz).

_						
Ta	Tabella 1.17. Macroaree regionali: Blocchi e A e B					
_						
1	Lombardia, Bolzano, Trento					
2	Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria, Toscana					
3	Friuli Venezia Giulia, Veneto, Emilia Romagna, Marche					
4	Umbria, Lazio, Abruzzo, Molise					
5	Campania, Puglia, Basilicata, Calabria					
6	Sicilia					
7	Sardegna					

Fonte: Ministero delle comunicazioni

Tabella 1.18. Licenze WiMax: assegnatari e valore delle licenze per blocco

Blocchi	Licenziatari	Valore licenze (milioni di euro)
Blocco A	AriaDsl, AFT	82,0
Blocco B	E-Via Gruppo Retelit, Telecom Italia, Tourist ferry Boat, Temix, Medianet Comunicazioni	42,0
Blocco C	AFT, Brennercom, MGM Production Profit Group, Ribes Informatica, Hal Service, Lan Service, Informatica System, Tex 97, BB Bell, Assomax, Infracom, City Carrier, AFT	12,3

Fonte: Ministero delle comunicazioni

A completare il quadro degli interventi in materia di larga banda, si evidenza l'avvio e lo sviluppo dei principali progetti pubblici destinati all'infrastrutturazione a banda larga³⁵, tra cui ricadono anche gli interventi volti a ridurre il problema del *digital divide*. A fine 2007, tali progetti ammontavano complessivamente a circa 900 milioni di euro, dei quali oltre il 60% in fase di operatività (tabella 1.19). Al riguardo, risultati efficaci sono stati raggiunti attraverso un progetto guidato dalla Regione Piemonte, la cui realizzazione, in collaborazione con enti locali e imprese, dovrebbe portare ad annullare entro la fine dell'anno il *digital divide* sul territorio regionale.

Nonostante gli sforzi di operatori privati e di enti ed amministrazioni pubbliche, la diffusione della banda larga in Italia risulta, come anche evidenziato nel recente rapporto sulla stato del mercato delle comunicazioni elettroniche in Europa³⁶, significativamente inferiore sia rispetto agli altri principali paesi europei, sia nei confronti della media dell'Unione europea (figura 1.24). Tale divario non mostra - peraltro - segnali di riduzione, ma anzi, nel corso dell'ultimo anno, ha fatto registrare un leggero incremento.

³⁵ L'Osservatorio banda larga ha censito circa 140 interventi territoriali di tipo infrastrutturale per l'estensione della banda larga e la risoluzione del digital divide in atto o programmati nelle regioni italiane. Il valore delle risorse indicate è stato determinato in base alle informazioni reperibili nei documenti di programmazione, nell'arco temporale 2004-2007. Sono stati considerati sia gli interventi per la realizzazione di reti proprie della Pubblica Amministrazione che quelli destinati alla risoluzione del digital divide per cittadini e imprese.

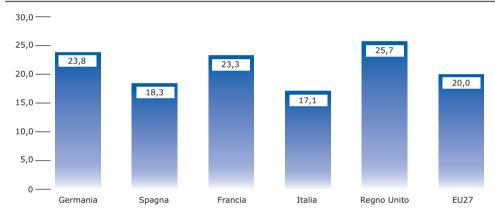
³⁶ XIII Rapporto della Commissione europea.

Tabella 1.19. Progetti per la riduzione del digital divide: ripartizione per area e per fonte (%)

Area geografica	%	Fonte di finanziamento	%
Nord Est	30	Fondi comunitari	21
Nord Ovest	11	Fondi nazionali	44
Centro	7	Fondi regionali	28
Sud e Isole	52	Fondi di altri enti locali	7
Totale	100	Totale	100

Fonte: Between - Osservatorio larga banda

Figura 1.24. Accessi a larga banda su rete fissa in Europa (% della popolazione nel 2007)



Fonte: Commissione europea, XIII Rapporto

Tra gli elementi alla base di tale ritardo, accanto a fattori che agiscono dal lato dell'offerta di reti e servizi di telecomunicazione, quali l'accessibilità alla rete, livello e qualità delle prestazioni disponibili, livello dei prezzi, vanno considerati anche altri fattori legati alla struttura della domanda nazionale, e segnatamente alla propensione alla spesa ed ai profili di consumo delle famiglie, delle imprese utilizzatrici e della Pubblica Amministrazione.

Così, ad esempio, l'Italia continua a scontare uno storico ritardo nelle dotazioni e nel consumo di tecnologie dell'informazione (dai *personal computer* ad altri apparati di recente affermazione, diversi da quelli di telefonia mobile), rispetto alle principali economie europee. Indicatori quali la spesa in informatica o la diffusione dei *personal computer* ci vedono – infatti - nelle ultime posizioni in Europa e contribuiscono, quindi, a frenare la diffusione dei servizi su larga banda nel nostro Paese (tabella 1.20).

In tal senso, segnali non incoraggianti vengono dall'analisi dell'andamento del mercato dell'*Information Technology (IT)*, che rappresenta un fondamentale contesto di riferimento per la domanda di servizi *broadband*. Difatti, nell'ultimo biennio, l'Italia ha fatto registrare il minor tasso di crescita della spesa in IT, nel novero dei principali paesi industrializzati. Non solo la dotazione di apparati e servizi informatici è assai più modesta in Italia che altrove, ma la dinamica degli ultimi anni appare purtroppo segnalare un ulteriore ampliamento del divario rispetto ai paesi più avanzati (tabella 1.21).

Tabella 1.20. Risorse e dotazioni informatiche in Europa nel 2007 ³⁷

	Spesa procapite in informatica (EU15=100)	Personal computer per 100 abitanti (EU15=100)
EU 15	100	100
Regno Unito	151	130
Francia	105	101
Germania	103	110
Italia	60	70
Spagna	52	63

Fonte: elaborazioni Autorità su dati EITO/IDC

Tabella 1.21. Andamento della spesa in Information Technology (variazioni in %)

	`06/ ′05	`07/ ′06
Stati Uniti	5,7	5,9
Giappone	2,2	2,8
Europa	3,9	4,7
Regno Unito	3,7	5,1
Germania	2,8	4,7
Francia	3,2	4,6
Italia	1,6	2,0
Spagna	6,8	6,7

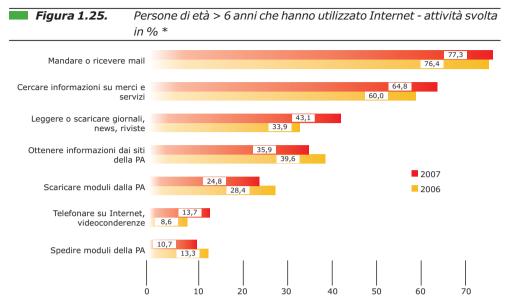
Fonte: Assinform, 2008

Altro dato interessante circa la struttura della domanda di servizi IT riguarda la relazione tra cittadini e Pubblica Amministrazione. L'interattività di individui e famiglie con le amministrazioni pubbliche centrali e locali è infatti considerata un *driver* di grande rilevanza nei processi di adozione della larga banda. Ebbene, da una recente analisi dell'Istat emerge come, nell'ambito delle principali modalità di utilizzo di Internet da parte degli individui, mentre si osserva una complessiva crescita di tutte le forme di accesso per finalità informative, formative e ludiche, le uniche che mostrano una contrazione sono proprio quelle legate ai rapporti tra cittadini e Pubblica Amministrazione (figura 1.25). Questo arretramento nel ricorso a tale modalità di utilizzo della rete desta preoccupazione, in quanto sembra indicare, a fronte di una progressiva evoluzione del mercato e delle tipologie di applicazioni richieste, una non adeguata evoluzione nel-l'offerta di servizi da parte del settore pubblico.

In tale direzione va infatti il dato relativo alla spesa per servizi informatici da parte della Pubblica Amministrazione: nell'ultimo anno, si è registrata una contrazione della spesa complessiva destinata all'acquisto di beni e servizi in *Information Technology*, nell'ordine dello 0,6%, con intuibili ricadute anche sulla "qualità" dei servizi *on line* offerti ai cittadini.³⁸

³⁷ Dati riferibili al 30 giugno.

³⁸ Fonte: Assinform, 2008.



* - utilizzo dichiarato nei novanta giorni precedenti alla data della rilevazione campionaria. Fonte: Istat

Dopo aver analizzato il panorama infrastrutturale e le caratteristiche della domanda di servizi di comunicazione, è necessario valutare l'evoluzione della cornice competitiva relativa alle telecomunicazioni su rete fissa. Le successive tabelle 1.22-1.25 ne sintetizzano gli sviluppi per gli anni 2006 e 2007.

In relazione alla spesa totale degli utenti finali, i dati confermano la notevole forza di mercato detenuta da Telecom Italia, la cui quota scende nondimeno al di sotto del 70% (tabella 1.22). Crescono le quote dei concorrenti, con risultati significativi ottenuti in particolare da Wind, nel segmento residenziale (+1,1%), e da Fastweb, in quello affari (+1,9%). La conseguenza di tali tendenze è la diminuzione della concentrazione del mercato (misurata attraverso l'indice di Herfindahl-Hirschman-HHI), che tuttavia rimane ancora superiore a 5.000 punti. Qualora si considerino separatamente, al netto della componente legata ai canoni di accesso, i servizi su rete commutata e quelli su rete a larga banda (tabella 1.23), si evidenzia come la competizione sia risultata assai più intensa nel secondo segmento, dove la quota di mercato di Telecom Italia risulta inferiore al 50%, mentre Fastweb, superando il 25%, si rafforza notevolmente quale principale concorrente dell'operatore *incumbent* in questo segmento del mercato.

Dalle indicazioni riguardanti l'assetto concorrenziale nella fonia (tabelle 1.24 e 1.25), viene confermato il notevole peso che rivestono i ricavi da accesso. Infatti, qualora non si consideri tale componente (tabella 1.25), la quota di Telecom Italia nella fonia vocale scende nel 2007, mediamente, a meno del 62% (-2,3 punti percentuali rispetto al 2006)), con variazioni anche significative tra le singole direttrici di traffico, laddove la direttrice internazionale conferma la sostanziale contendibilità del segmento (con Telecom Italia al 42%), mentre le altre presentano valori più omogenei e superiori al 60%.

Tabella 1.22. Spesa degli utenti: quota di mercato degli operatori (%) (*)

	Spesa utenti		di cui res	idenziale	di cui affari		
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	
Telecom Italia	73,6	69,9	75,0	70,7	72,6	69,3	
Wind	6,3	6,8	7,9	9,0	5,0	5,1	
Fastweb	5,3	6,9	5,5	6,6	5,2	7,1	
BT Italia	5,0	5,4	0,0	0,0	9,0	9,8	
Tele2	3,1	3,5	6,3	7,0	0,5	0,6	
Tiscali	1,2	1,6	2,1	3,0	0,4	0,4	
Altri operatori 39	5,5	5,9	3,2	3,7	7,3	7,7	
Totale %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Herfindahl-Hirschman Index	5.529	5.032					
Totale (miliardi di euro)	17,7	17,2	7,8	7,6	9,9	9,6	

^(*) Le quote di mercato relative al 2006 (così come per i valori indicati nelle successive tabelle 1.23-1.24), a causa di alcune variazioni nelle metodologie di calcolo operate dalle imprese, di riclassificazioni e in altri casi per mutati perimetri di attività, non sono confrontabili con i corrispondenti valori presentati nella Relazione al Parlamento 2007.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Tabella 1.23. Servizi finali su rete commutata e a larga banda (%) (*)

	Servizi finali (**)		Fonia	vocale	Larga banda		
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	
Telecom Italia	59,6	57,2	63,1	61,6	52,2	49,5	
Wind	9,4	9,8	10,5	10,8	7,3	8,0	
Fastweb	9,5	11,5	2,5	3,3	24,6	25,6	
BT Italia	6,7	6,5	8,3	8,4	3,0	3,2	
Tele2	5,9	6,2	7,9	8,5	1,8	2,3	
Tiscali	2,0	2,4	1,6	1,6	2,8	3,9	
Altri operatori	6,9	6,4	6,1	5,8	8,3	7,5	
Totale %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Totale (miliardi di euro)	9,1	9,2	6,2	5,8	2,9	3,4	

^(*) I ricavi da servizi su rete commutata includono traffico vocale locale, nazionale, internazionale, Internet dial up, fisso-mobile e ricavi netti da chiamate verso numerazioni non geografiche. I ricavi da servizi a larga banda includono canoni, e servizi a consumo voce e dati. (**) Esclusi i canoni di accesso.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Le indicazioni che emergono dall'analisi dalle tabelle precedenti confermano ancora una volta il peso ragguardevole che il segmento dell'accesso ancora riveste nel determinare gli assetti competitivi del settore. Al riguardo, nella tabella 1.26 viene fornito un quadro degli accessi fisici alla rete. Risultano confermate le indicazioni già evi-

³⁹ L'aumento della quota di mercato in termini di spesa complessiva d'utente da parte degli operatori minori, è dovuto prevalentemente alla crescita dei ricavi da servizi a valore aggiunto e dalla vendita di apparati verso l'utenza affari, voci di ricavo non comprese tra quelle relative alla fonia vocale, broadband ed altri servizi di trasmissione dati ed oggetto dell'analisi delle quote delle tabelle 1.21-1.23, dove il peso degli "altri operatori" generalmente si riduce.

denziate nella Relazione annuale al Parlamento 2007: Telecom Italia, con poco meno dell'85% degli accessi totali, continua a detenere una posizione di assoluta preminenza in tale ambito di mercato.

Tabella 1.24. Quote di mercato nella fonia vocale (%)

	Access 2006	o + fonia 2007	Lo 2006	cale 2007	Nazi 2006	ionale 2007	Interna 2006	azionale 2007	Fisso- 2006	Mobile 2007
Telecom Italia	76,9	75,9	69,5	67,6	69,2	64,9	41,8	41,9	64,4	62,0
Wind	6,3	6,5	15,2	15,6	11,5	12,7	6,1	7,0	10,4	10,1
Fastweb	2,1	2,9	0,8	1,0	1,0	1,0	3,1	3,4	3,8	5,5
BT Italia	5,0	4,9	1,5	1,5	4,7	4,5	21,8	21,9	7,1	8,7
Tele2	4,7	5,0	8,5	9,8	9,0	12,8	6,7	5,2	8,7	8,0
Tiscali	0,9	0,9	0,4	0,4	0,5	0,4	0,3	0,5	0,6	1,0
Altri operatori	4,1	3,9	4,1	4,1	4,1	3,7	20,2	20,1	5,0	4,7
Totale %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (mld euro)	10,4	9,9	1,2	1,1	1,1	1,1	0,6	0,5	2,8	2,6

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Tabella 1.25. Quote di mercato nella fonia vocale (valore medio in %) (*)

	2006	2007
Telecom Italia	64,0	61,7
Wind	11,2	11,5
Fastweb	2,5	3,4
BT Italia	7,0	7,7
Tele2	8,5	9,1
Tiscali	0,5	0,7
Altri	6,3	5,9
Totale %	100,0	100,0
Totale (miliardi di euro)	5,6	5,3

^(*) Sono incluse le direttrici Locale, Nazionale, Internazionale, Fisso-Mobile. A differenza di quanto considerato nella precedente tabella 1.23, i valori indicati non includono i ricavi derivanti da chiamate Internet dial up ed i ricavi netti da chiamate verso numerazioni non geografiche. Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Si evidenziano altresì alcuni elementi, quali:

- i) in generale, il livello raggiunto dagli accessi in *unbundling*, ormai oltre i 3 milioni;
- ii) in particolare, le posizioni raggiunte in questo contesto da Wind, Fastweb e Tele2;
 - iii) i soddisfacenti risultati mostrati nell'andamento degli investimenti di rete;
- iv) i progetti avviati per la riduzione del *digital divide*. Tali elementi sembrano suggerire, come detto in precedenza, il rafforzamento della competizione di tipo infrastrutturale, soprattutto, ma non solo, grazie agli sforzi di alcuni operatori presenti su scala nazionale.

Tabella 1.26. Accessi fisici alla rete fissa (in migliaia) 40

	2006	2007	1° trim. 2008
Accessi Telecom Italia	20.540	19.221	18.797
Accessi OLO	2.219	3.440	3.729
ULL	1.711	2.929	3.219
Shared access	279	244	233
Fibra	229	267	277
Accessi complessivi	22.480	22.417	22.293
Quota Telecom Italia (%)	91,4	85,7	84,3

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

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Inoltre, va sottolineato come il quadro competitivo appena descritto sia ulteriormente vivacizzato dai processi di convergenza in atto, non più articolati solo sui servizi, ma che investono sempre più le tecnologie di rete. Da una parte, hanno fatto il loro ingresso sul mercato imprese di telecomunicazioni storicamente radicate nella telefonia mobile (è questo il caso di Vodafone con l'acquisizione di Tele2). Dall'altra parte, come si vedrà più in dettaglio nel successivo paragrafo, imprese di rete fissa si affacciano nel settore della telefonia mobile attraverso accordi di MVNO con gli operatori di rete mobile (è il caso di BT Italia, Fastweb, Tiscali).

Al contempo, imprese provenienti da settori tecnologici diversi da quello delle tradizionali telecomunicazioni stanno entrando sul mercato. È questo il caso di alcuni soggetti che si sono aggiudicate le licenze WiMax, o di altre imprese già oggi attive, attraverso accordi MVNO, nella telefonia mobile ed operanti nei settori della grande distribuzione o in comparti maggiormente contigui alle telecomunicazioni (Poste Italiane).

L'analisi del mercato non può dirsi però completa senza una considerazione circa lo stato di avanzamento della costruzione delle reti di nuova generazione (per un approfondimento internazionale sulle NGN si rimanda al paragrafo 1.1.1). Da questo punto di vista, l'Italia evidenzia un notevole ritardo: gli investimenti infrastrutturali degli operatori continuano infatti a concentrarsi sul potenziamento della rete in rame, mentre progetti in fibra ottica stentano ancora a decollare. Come emerge infatti dalla precedente tabella 1.26, gli accessi in fibra crescono da alcuni anni assai lentamente, attestandosi a poco più di 270 mila unità. Tale situazione appare tanto più critica, quanto più si confronti l'Italia con gli altri Paesi industrializzati, anche alla luce della storica assenza nel nostro paese di infrastrutture che possono rappresentare una valida alternativa per la fornitura di servizi broadband di ultima generazione.

Rete mobile

Nel corso del 2007, il mercato dei servizi di telefonia mobile ha mostrato una crescita in linea con quella registrata nell'anno precedente, con la spesa finale d'utente

⁴⁰ A partire dal 1º marzo 2008 Telecom Italia ha modificato il sistema di rilevazione delle linee ULL e Shared Access. I valori indicati nella tabella sono tra loro coerenti.

che ha raggiunto i 18,6 miliardi di euro, con una crescita del 3% rispetto al 2006 (tabella $1.27)^{41}$, mentre la consistenza delle linee attive ha sfiorato i 90 milioni, risultando in aumento del 12%.

Tabella 1.27. Spesa degli utenti per tipologia di servizi ⁴²

	20	2006		2007		
	mld €	%	mld€	%	`07/ ′06	
Servizi voce (1)	10,96	60,6	11,42	61,4	4,2	
Servizi dati	3,90	21,6	4,10	22,0	5,2	
Altri ricavi	3,22	17,8	3,10	16,6	-3,9	
Totale	18,08	100,0	18,62	100,0	3,0	

⁽¹⁾ include ricavi per chiamate su numerazioni non geografica, per convenzione attribuiti alla direttrice "rete fissa".

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Si evidenzia, in primo luogo, come al contenimento della crescita complessiva dei ricavi abbia contribuito - con l'entrata in vigore della legge n. 40/2007 (c.d. "legge Bersani") - l'abolizione dei costi di ricarica dei servizi di telefonia mobile prepagata che, con riferimento all'intero 2007, ha comportato una riduzione di introiti, rispetto all'anno precedente, di circa 1,5 miliardi di euro, solo in parte recuperati dagli operatori attraverso una rimodulazione delle offerte commerciali rivolte al pubblico.⁴³

La spesa complessiva dell'utenza residenziale, nonostante un significativo aumento dei volumi, grazie anche agli effetti della "legge Bersani" è rimasta sostanzialmente inalterata. Viceversa il segmento affari, spinto dai servizi dati (cresciuti nel 2007 del 25%) ha segnato una crescita sostanziale, nell'ordine del 19%.

In generale, aumenta ancora il peso della componente voce, che rappresenta la posta di gran lunga più importante, con oltre il 60% degli introiti complessivi da servizi mobili, mentre si riduce la quota legata alla posta residuale degli "altri ricavi". In controtendenza, nell'ambito di quest'ultima voce, si segnala un consistente aumento nella vendita di terminali mobili, in particolare in tecnologia UMTS e HSDPA, in grado di supportare il crescente consumo di servizi dati avanzati.

L'analisi disaggregata dell'andamento dei ricavi da servizi voce e dati (tabelle 1.28 e 1.29) mostra alcune interessanti tendenze. In primo luogo, si assiste ad un massiccio aumento, sia in volume che in valore, della direttrice voce "on net". Tale fenomeno

⁴¹ I dati riferiti al 2006 non sono omogenei con quelli indicati nella scorsa Relazione Annuale a seguito di mutate metodologie di calcolo operate dalle imprese in merito alle diverse tipologie di introiti considerate, anche in considerazione dell'opportunità di garantire l'omogeneità dei dati con quanto trasmesso dagli operatori all'Autorità nell'ambito dell'analisi di mercato 15 ("Mercato dell'accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili").

⁴² I ricavi (in termini di spesa degli utenti) da servizi voce includono gli introiti da servizi di ricarica delle linee prepagate, da chiamate vocali verso numeri mobili on net e off net, 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.

⁴³ I ricavi percepiti attraverso il servizio di ricarica del credito sono stati, in quanto di competenza sia dei servizi voce che dati, "riattribuiti" tra le due componenti proporzionalmente ai corrispondenti ricavi dichiarati dalle imprese.

è attribuibile ai minori costi di queste chiamate ed alla presenza di offerte in "bundle" con servizi dati e video. In secondo luogo, si conferma un fenomeno "specializzazione" nelle abitudini di consumo della telefonia vocale a seconda della numerazione chiamata: per chiamate terminate su reti fisse, gli utenti tendono a utilizzare la telefonia fissa; per chiamate terminate su reti mobili, invece, i consumatori scelgono di originare la chiamata da reti mobili.

Tabella 1.28. Ricavi da servizi voce per direttrice

	20	2006		2007		
	mld€	%	mld€	%	`07/′06	
Rete mobile	8,08	73,7	8,45	74,0	4,7	
on net	4,58	41,8	5,06	44,2	10,4	
off net	3,50	31,9	3,40	29,8	-2,8	
Rete fissa	2,08	19,0	2,01	17,6	-3,6	
Reti internazionali	0,80	7,3	0,96	8,4	19,8	
Totale (mld euro e %)	10,96	100,0	11,42	100,0	4,2	

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Tabella 1.29. Ricavi da servizi dati per tipologia

	2006		20	Var. %	
	mld €	%	mld€	%	`07/′06
SMS	2,51	64,3	2,49	60,7	-0,8
MMS e altri dati	1,39	35,7	1,61	39,3	16,0
Totale (mld euro e %)	3,90	100,0	4,10	100,0	5,2

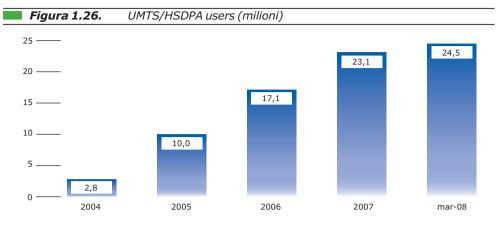
Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Tra i ricavi da servizi dati, tuttora rappresentati per oltre il 60% dai tradizionali SMS, si conferma, anche se con intensità minore rispetto a quanto osservato lo scorso anno, una consistente crescita della componente maggiormente evoluta ed innovativa, legata innanzitutto alla connettività ad Internet che, come accennato incontra particolare favore presso l'utenza affari.

A questo riguardo, come si è accennato in precedenza, nel corso del 2007, gli operatori hanno incoraggiato la diffusione di terminali di ultima generazione in abbinamento con le proprie offerte commerciali.

Tali strategie hanno favorito la diffusione di terminali avanzati, in grado di supportare i servizi innovativi, come quelli di video in mobilità (diffusi anche attraverso lo standard DVB-H) e di navigazione web (in particolare, *e-mail* e l'*instant messaging*).

L'insieme di questi elementi ha prodotto importanti risultati in termini di diffusione e di penetrazione dei servizi di "terza generazione": si stima che gli utenti di servizi a larga banda su reti mobili, nel 2007, siano passati dai 17 milioni di inizio anno a 23 milioni, per poi superare, nel primo trimestre 2008 i 24 milioni (figura 1.26). Tali numeri collocano l'Italia all'avanguardia nel mondo per diffusione e qualità del servizio (per un approfondimento sulla telefonia mobile 3G si rimanda al paragrafo 1.1.1).



Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Ulteriore impulso alla diffusione di terminali sempre più sofisticati ed alla diffusione di servizi mobili di ultimissima generazione dovrebbe venire dall'imminente lancio, da parte di Telecom Italia e Vodafone, della commercializzazione dei terminali "iPhone", prodotti dalla Apple.

E' interessante sottolineare come, a differenza di altri paesi europei, dove Apple ha siglato accordi di esclusiva con un solo *player* (Orange in Francia, T-Mobile in Germania, O2 nel Regno Unito) per la commercializzazione del nuovo apparecchio, in Italia l'iPhone non sarà distribuito in regime di esclusiva, lasciando pertanto la possibilità alla società di Cupertino di far commercializzare i propri terminali da più di un operatore mobile.

L'ampliamento delle prestazioni e dei servizi disponibili, contestualmente al consistente aumento dei terminali abilitati a fruire di tali servizi, sono alla base del notevole aumento del traffico dati su reti mobili, che si stima abbia raggiunto e superato i 7.700 Terabyte nel 2007, con una crescita di poco inferiore al 300% rispetto al 2006.

Analogamente, anche le prime indicazioni relative al primo trimestre del 2008 confermano tale trend di crescita del traffico *broadband* mobile, con un aumento superiore al 120% rispetto al primo trimestre del 2007.

In definitiva, come nel caso della telefonia fissa, il mercato mobile è caratterizzato da un sostanziale aumento dei volumi, generato soprattutto dal massiccio uso di servizi dati innovativi, nonché da un andamento dei ricavi meno espansivo a causa delle forti riduzioni di prezzo legate alla crescente pressione concorrenziale, oltre che a misure di tipo regolamentare e legislativo.

Il passaggio ai servizi di terza generazione ha poi impatto sulle caratteristiche delle relazioni economiche tra consumatori ed operatori. Il 2007, conferma infatti la crescente tendenza dei consumatori italiani a legarsi agli operatori attraverso forme postpagate, ossia "in abbonamento".

Queste, infatti, sono cresciute nell'ultimo anno del 22%, superando i 9,5 milioni⁴⁴, con un aumento maggiormente sostenuto nel segmento affari (+27%). Tale dato pone il mercato italiano più in linea con il contesto internazionale, in quanto conferma un minor ricorso alle forme pre-pagate che in Italia, a differenza di quanto avviene negli altri Paesi avanzati, erano arrivate a rappresentare oltre il 90% del totale delle linee attive.

Dopo aver approfondito le principali caratteristiche della struttura del mercato mobile italiano, ed analogamente all'analisi del mercato fisso, l'esame si sofferma sull'assetto e sulle dinamiche concorrenziali (tabelle 1.30-1.32).

Analizzando l'andamento delle quote di mercato in valore (tabella 1.30), si riscontra una fase di sostanziale consolidamento della struttura di mercato, che si è determinata a seguito dell'ingresso del quarto operatore ("3"). Nell'ultimo anno, la posizione dei singoli gestori non muta significativamente, se non per un maggior dinamismo di Wind, che guadagna poco meno di un punto percentuale. Più significativa risulta – invece – la dinamica nei due segmenti affari e residenziale.

Così, ad esempio, la quota di Telecom Italia cresce di oltre quattro punti nel mercato affari, mentre si contrae di oltre due punti in quello residenziale. In ogni caso, la concentrazione di mercato (valutata attraverso l'indicatore HHI) resta elevata.

Tabella 1.30. Quote di mercato nei servizi mobili (%)

	Spesa 2006	finale 2007	- di cui re 2006	sidenziali 2007	- di cu 2006	i affari 2007
Telecom Italia	42,8	41,9	42,4	40,0	45,1	49,2
Vodafone	35,9	36,3	36,4	37,7	33,4	31,0
Wind	13,6	14,3	14,1	15,6	10,8	9,0
H3G	7,7	7,5	7,1	6,7	10,7	10,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
HHI	3.365	3.334				
Totale (miliardi di euro)	18,1	18,6	14,9	14,9	3,2	3,7

^(*) includono, oltre agli specifici ricavi da servizi voce e dati anche gli introiti da altri servizi accessori e, in particolare, quelli derivanti dalla vendita di apparati e terminali. Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Le indicazioni che provengono dall'esame delle quote di mercato relative ai soli servizi voce e dati (tabella 1.31) confermano il rafforzamento di Wind nei servizi vocali, mentre "3", la cui offerta è maggiormente focalizzata sui servizi avanzati, conferma una quota superiore al 10% nel segmento dati.

Infine, la dinamica competitiva in termini di volumi (tabella 1.32) evidenzia, in particolare, la contrazione della quota di mercato detenuta da Wind sul totale delle linee attive, mentre si riduce considerevolmente la forza di H3G nelle attivazioni nette dell'ultimo anno.

⁴⁴ I dati non sono pienamente coerenti con quanto indicato nella scorsa relazione, dove tra le linee in abbonamento, nel 2006 erano incluse quelle relative ad alcune centinaia di migliaia di abbonati dell'operatore "3" con un vincolo contrattuale di 24 mesi, in gran parte venuto meno nel corso del 2007.

Tabella 1.31. Quote di mercato nei servizi voce e dati (ricavi %) (*)

	Voce + dati		Servi	Servizi voce		zi dati
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Telecom Italia	41,2	40,4	41,3	40,3	41,0	40,8
Vodafone	36,5	36,7	36,6	36,6	36,2	37,0
Wind	15,2	16,0	16,1	17,2	12,6	12,6
H3G	7,1	6,9	6,0	5,9	10,2	9,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (miliardi di euro)	14,9	15,5	10,9	11,4	3,9	4,1

^(*) rispetto alla spesa complessiva degli utenti (tabella 28), 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. Le quote di mercato relative al 2006, a causa di alcune variazioni nelle metodologie di calcolo e di riclassificazioni operate dalle imprese, non sono confrontabili con i corrispondenti valori presentati nella Relazione al Parlamento 2007.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Tabella 1.32. SIM attive per operatore

	% line	% linee attive		% attivazioni nette	
	2006	2007	2006	2007	
Telecom Italia	40,3	40,5	43,5	41,3	
Vodafone	32,6	33,0	28,0	36,9	
Wind	18,3	17,4	11,6	10,0	
H3G	8,8	9,1	16,9	11,8	
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	
Milioni di linee	80,4	89,8	8,9	9,4	

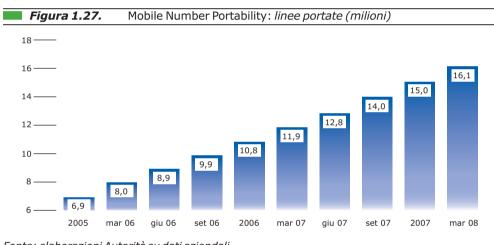
Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Questo risultato può essere ricollegato all'effetto determinato dall'introduzione della "legge Bersani" sulla struttura competitiva. In tal senso, si osserva che, nel corso dell'anno, i due principali operatori, TIM e Vodafone, non hanno sostanzialmente modificato i propri piani tariffari, se non in relazione ad alcuni nuove formule tariffarie⁴⁵, mentre H3G e Wind, anche a causa di una struttura reddituale meno consolidata, hanno proceduto ad introdurre sostanziali modifiche nei proprio prezzi unitari. Quest'ultima, in particolare, a partire dal mese di luglio 2007, ha rivisto verso l'alto i prezzi unitari di alcuni piani tariffari, mentre Wind ha proposto al mercato sia nuovi piani tariffari, sia la revisione, in aumento, dei "vecchi" piani tariffari, intervenendo sull'importo unitario dello scatto alla risposta e/o su quello del valore unitario del traffico vocale e degli SMS. Ciò ha determinato una minore capacità di competizione di prezzo degli operatori minori che si è riflessa sulla dinamica delle attivazioni nette. D'altra parte, tali rimodulazioni tariffarie hanno altresì permesso ai due operatori di recuperare in termini di ricavi complessivi rispetto alla scomparsa degli introiti dei servizi di ricarica.

⁴⁵ Più precisamente, nel caso di Vodafone vi sono state variazioni relativamente agli importi unitari dello scatto alla risposta ed al traffico minutario, che hanno tuttavia interessato l'introduzione di nuovi piani tariffari, mentre i sottoscrittori dei piani preesistenti hanno continuato ad usufruire delle condizioni economiche vigenti al momento della sottoscrizione del contratto.

Una indiretta conferma a quanto appena descritto viene dall'andamento della MNP (Mobile Number Portability) e dall'analisi dei flussi tra operatori (figura 1.27 e tabella 1.33). In via preliminare, occorre sottolineare il successo dello strumento regolamentare che ha permesso a più di 16 milioni di utenze il passaggio inter-operatore, senza la perdita del proprio numero personale. Tale dato pone l'Italia all'avanguardia nell'utilizzo della MNP nel mondo. In questo quadro, si osserva un secondo indizio di una fase di consolidamento degli assetti di mercato. Mentre fino alla metà dello scorso anno solo l'operante neo-entrante "H3G" mostrava un saldo positivo tra numeri acquisiti e linee donate, nell'ultimo periodo, tale risultato positivo è stato raggiunto anche da Vodafone, che ha totalizzato un "recupero" di oltre 600.000 linee in un anno.

Il servizio di MNP, che ha contribuito in maniera così rilevante all'affermazione dell'operatore "3", entrato nel mercato quando la diffusione dei servizi mobili aveva oramai superato il 100%⁴⁶, rappresenta nel nuovo contesto di mercato⁴⁷ uno strumento di pressione concorrenziale per tutti i gestori, anche per quelli con minori quote di mercato.



Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Tabella 1.33. Mobile Number Portability: distribuzione tra operatori (%)

	Don	Donante		vente
	mar 07	mar 08	mar 07	mar 08
"3"	8,6	10,5	22,8	20,7
Telecom Italia	37,1	37,0	32,7	31,8
Vodafone	28,7	28,0	25,6	29,6
Wind	25,6	24,5	18,9	17,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

⁴⁶ Il saldo netto tra le linee "acquisite" e quelle "cedute" di H3G ha raggiunto il proprio massimo di 1,8 milioni nel settembre 2007.

⁴⁷ La penetrazione lorda della telefonia mobile sulla popolazione residente ha raggiunto in Italia un valore, tra i più alti al mondo, che ha superato il 150%.

A completare l'analisi del quadro concorrenziale, sono intervenuti nell'ultimo anno numerosi accordi di MVNO che arricchiscono ulteriormente l'offerta al pubblico, introducono elementi di novità, specialmente dal lato della distribuzione dei servizi mobili e dell'integrazione con altri servizi, e sono soprattutto necessari a garantire che il nuovo assetto di mercato non si assesti verso equilibri non competitivi. La successiva tabella fornisce il quadro degli accordi stipulati tra gestori virtuali (MVNO) ed operatori infrastrutturati (MNO) (tabella 1.34).

Tabella 1.34. Accordi di MVNO/ESP (aprile 2008)

MVNO	MNO
Carrefour Italia Mobile	Vodafone Italia
COOP Italia	Telecom Italia
Poste Italiane Mobile	Vodafone Italia
BT Italia	Vodafone Italia
CONAD	Vodafone Italia
Autostrade per l'Italia	WIND
50Πù Fenacom	H3G
Fastweb	H3G
Auchan	WIND
Tiscali	Telecom Italia
Daily Telecom	Vodafone Italia
PLDT	H3G

Fonte: Autorità

Tali accordi mostrano un quadro assai complesso e variegato. Si conferma, in primo luogo, l'interesse a fornire servizi di telefonia mobile da parte di imprese legate alla larga distribuzione. Queste ultime possono infatti sfruttare la propria presenza capillare sul territorio per creare una rete commerciale per la diffusione del servizio mobile. In questo senso, si spiegano gli accordi firmati da Carrefour, Coop Italia, e più recentemente anche da Conad, Auchan e 50&Più Fenacom.⁴⁸

In secondo luogo, hanno fatto il loro ingresso anche imprese di pubblica utilità che intendono integrare i propri servizi con quelli di telefonia mobile. È questo il caso di Poste Italiane Mobile e di Autostrade per l'Italia, che intende offrire ai propri clienti accesso agevolato ai servizi di pagamento dinamico del pedaggio autostradale unitamente ad altri servizi accessori quali le informazioni sulla viabilità.

L'integrazione tra servizi rappresenta la motivazione degli accordi anche di operatori quali Acotel ed il Gruppo Intesa SanPaolo che insieme (attraverso la società a controllo congiunto Noverca) intendono integrare i tradizionali di telefonia con l'accesso ad una serie di servizi tipici del settore bancario, quali la possibilità di effettuare bonifici o di gestire via terminale il conto corrente dell'utente.

Un'ultima categoria, la più importante dal punto di vista degli assetti competitivi dell'intero mercato delle telecomunicazioni, riguarda l'ingresso sul mercato della telefonia mobile degli operatori di telecomunicazioni di rete fissa. Grazie agli accordi di MVNO questi ultimi, potrebbero offrire pacchetti integrati di servizi quadruple play

⁴⁸ Associazione aderente a Confcommercio.

(voce, larga banda, IP TV e servizi in mobilità). Al riguardo, si sottolinea che tutti i più importanti *carrier* fissi (Fastweb, Tiscali e BT Italia) hanno raggiunto un accordo con gli MNO, anche in considerazione del fatto che la divisione italiana di Tele2 è stata acquisita da Vodafone, e potrà quindi procedere nella stessa direzione.

Gli accordi stipulati da H3G con gli operatori esteri di telecomunicazioni Astelit⁴⁹ e PLDT (*Philippine Long Distance Telephone Company*), individuano un ulteriore "modello di *business"*, orientato a fornire servizi a condizioni economiche agevolate ai cittadini stranieri che abitano sul nostro territorio e che domandano servizi di telefonia verso le proprie regioni di provenienza.

Considerato che gli operatori mobili virtuali hanno avviato il servizio dalla seconda metà del 2007, non è possibile fornire una valutazione circa l'effetto sull'andamento del settore. Si registra che, alla fine di marzo 2008, il numero di linee attive in capo agli MVNO è pari a poco meno di 500 mila unità. Né è possibile valutare l'efficacia di tali accordi a determinare una effettiva pressione concorrenziale sui gestori infrastrutturati.

In ogni caso, l'anno passato ha dimostrato l'esistenza di un assetto di mercato ancora sufficientemente competitivo, con evidenti ricadute positive sui consumatori finali in termini di riduzioni tariffarie e di nuovi servizi innovativi. Riguardo al primo aspetto, oltre ai dati presentati in precedenza (di fonte Istat), l'Autorità ha condotto una specifica analisi in materia di tariffe di telefonia mobile. Un primo indicatore di prezzo usato a livello internazionale riguarda l'andamento dei ricavi per linea. Nel 2007, si è rafforzata la tendenza alla flessione di questo indicatore, che peraltro, a differenza del passato, ha riguardato anche i ricavi da traffico dati (tabella 1.35).

Tabella 1.35. Ricavo annuo per linea (euro)

	2006	2007	Var. % \07/'06
Servizi finali	195,7	182,4	-6,8
di cui voce	144,3	134,2	-7,0
di cui dati	51,3	48,2	-6,1

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Tali risultati forniscono solo in parte indicazioni utili alla comprensione della dinamica della spesa in servizi di telefonia mobile da parte dell'utenza finale. Infatti, la continua crescita delle linee che, in un contesto di sostanziale saturazione degli utenti riguarda, in misura del tutto prevalente, seconde e terze linee o promozioni di SIM a traffico prepagato di modesto importo, induce ad analizzare un secondo indicatore di prezzo. Si è quindi proceduto a stimare il valore dei ricavi per utente.

Da quest'ultimo punto di vista, le tabelle successive evidenziano come, analizzando i consumi pro-capite degli effettivi utilizzatori di servizi di telefonia, che nel 2007 hanno superato i 45 milioni (tabella 1.36), questi evidenziano una contrazione media dell'1,6% (tabella 1.37), con una spesa media procapite per servizi voce e dati valutabile in circa 23 euro mensili.

⁴⁹ Operatore di telefonia mobile nell'Ucraina, controllato dal gestore turco Turkcell. Al momento è stato siglato un memorandum of understanding.

Tabella 1.36. Popolazione residente e mobile users

	2006	2007	
Mobile user (milioni)	43,8	45,2	
User/popolazione (%)	74,1	76,0	

Fonte: elaborazioni e stime Autorità dati Istat⁵⁰

Tabella 1.37. Ricavi annui per user residenziale (euro)

	2006	2007	Var. %
			`07/ ′06
Totale servizi	281,2	276,7	-1,60
voce	206,6	202,7	-1,89
dati ⁵¹	74,6	74,0	-0,80

Fonte: elaborazioni Autorità si dati aziendali e Istat

Va tuttavia evidenziato che, in termini di volume, il 2007 ha registrato consistenti aumenti dei consumi: il traffico vocale residenziale è cresciuto del 13,5%, mentre per la componente dati l'aumento è stato di oltre 30% per gli SMS e, come in precedenza accennato, di circa il 300% per il traffico dati *broadband*.⁵²

Dal punto di vista dei nuovi servizi offerti al pubblico, nel 2007 è proseguita la graduale diffusione della *mobile TV*, il cui mercato è stimato aver superato i 70 milioni di ricavi, con una base clienti superiore ai 900.000 utenti.⁵³ I servizi offerti da "3", Vodafone e Telecom Italia, presentano profili tra loro differenziati. Il primo è al momento l'unico operatore ad offrire, attraverso i canali La3Live e La3Sport, contenuti specifici per il mezzo cellulare e di propria produzione; l'offerta televisiva di "3" è poi completata dalla disponibilità di alcuni canali generalisti di Rai e Mediaset. Vodafone dispone di canali prevalentemente prodotti da Sky, mentre Telecom Italia offre, tra gli altri, i contenuti televisivi del gruppo (La7 e MTV).

I video portali degli operatori completano l'offerta video con altri servizi, anche in *streaming*, prodotti dalle tv generaliste, ma anche *video trailer*, *clip* musicali, giochi, forniti da altri fornitori di contenuti. Anche se l'offerta di contenuti si sta progressivamente arricchendo, risultano ancora largamente predominanti quelli "tradizionali", caratterizzati innanzitutto da programmi a carattere sportivo. In questo senso, nel corso del 2008 la diffusione del servizio potrebbe essere ulteriormente trainata da due eventi sportivi di particolare importanza: i Campionati europei di calcio ed i Giochi olimpici di Pechino.

Risorse ed investimenti sono indirizzati anche ad arricchire l'offerta audiovisiva con nuovi *format* specificamente rivolti alla mobilità. Allo stesso tempo, sono in corso

⁵⁰ Al riguardo, per il 2006, Istat ("L'uso dei media e del cellulare in Italia", aprile 2008) stima che il 77,4% della popolazione con età superiore ai 6 anni (pari a 42,7 milioni) utilizzi il cellulare (il 73,6% tutti i giorni). Altre fonti (Assinform, 2008) forniscono valori leggermente più elevati (44,9 milioni per lo stesso anno, 45,9 milioni nel 2007).

⁵¹ Include anche ricavi da servizi di mobile TV.

⁵² Calcolato in termini di terabyte di traffico.

⁵³ Fonte: Idate, "The Italian Mobile TV Market", 2007.

valutazioni circa l'ampliamento della platea dei settori merceologici interessati alla *mobile TV* anche in ambiti "non ICT", quali ad esempio il comparto automobilistico. Ad esempio, Quantum, partner tecnologico di "3" nei terminali video, ha in corso valutazioni circa l'opportunità di stipulare, con alcune case automobilistiche, accordi per l'eventuale fornitura di appositi apparecchiature di *mobile TV* da installare sulle autovetture.

Sempre in tema di allargamento dell'offerta dei servizi di telecomunicazioni ad altri comparti produttivi, si segnala che, a seguito delle nuove disposizioni regolamentari dettate dalla Commissione europea, sarà consentita l'offerta di servizi di telefonia mobile all'interno degli aerei durante il volo. Al riguardo Wind, attraverso un accordo con OnAir, ha avviato, a partire dallo scorso mese di aprile, le prime sperimentazioni, rivolte prevalentemente all'utenza affari, offrendo ai propri abbonati servizi voce e dati su alcune tratte europee raggiunte da Air France.

Analogamente, Vodafone, attraverso due accordi siglati con gli operatori aereonautici On Air e Aeromobile offre servizi voce e dati in alcuni tratte aeree delle compagnie Air France, Emirates e Qantas.

■ 1.2.2. La televisione

L'Italia non si sottrae alla dinamica che sta caratterizzando l'evoluzione del settore audiovisivo nei paesi avanzati. I principali fatti stilizzati occorsi nell'ultimo anno sono quindi rappresentati da: i) un consolidamento del peso della televisione a pagamento rispetto all'ammontare complessivo delle risorse del settore; ii) un rafforzamento delle nuove piattaforme trasmissive digitali (satellite e digitale terrestre in particolare) a scapito dell'analogico; iii) emergere di nuove forme di televisione (nei contenuti, nelle modalità di fruizione da parte del pubblico, nonché nelle forme di pagamento).

Analizzando gli aspetti più strettamente connessi all'attività dell'Autorità nel settore (tutela della concorrenza e del pluralismo dell'informazione), emergono positivi elementi di novità, pur in un quadro che ancora manifesta fattori di criticità. In primo luogo, l'assetto concorrenziale dei mercati che costituiscono la filiera del settore televisivo (raccolta pubblicitaria e pay-TV) è vivacizzato da un processo di osmosi che caratterizza i diversi ambiti di attività, così che le televisioni commerciali, con il loro ingresso nella televisione a pagamento, hanno introdotto un significativo elemento di pressione competitiva e, viceversa, gli operatori di pay TV stanno acquisendo crescenti quote di mercato nella raccolta pubblicitaria. In secondo luogo, l'affermazione delle piattaforme trasmissive digitali sta allargando la platea degli operatori, consentendo ai telespettatori di accedere ai servizi televisivi attraverso le forme (anche non lineari) e gli apparecchi (anche in mobilità) che essi ritengono più idonei.

Si avvertono di conseguenza positivi effetti sul benessere sociale ed il grado di concorrenza del mercato, con riflessi anche sul pluralismo dell'informazione. Dal primo punto di vista, l'aumento delle possibilità di scelta del telespettatore, la diminuzione dei prezzi dei servizi televisivi a pagamento, nonché l'ampliamento, per gli inserzionisti, dell'offerta pubblicitaria, anche attraverso forme di pubblicità interattiva e mirata a specifici target di clientela, sono tutti elementi che evidenziano un miglioramento dell'efficienza del sistema, con ricadute positive sia per i consumatori che per

le imprese. Quanto al pluralismo, oltre all'aumento del numero dei canali disponibili e delle fonti di informazione, si segnala anche un profilo qualitativo, relativo al fatto che gli ascolti si stanno spostando dai pochi grandi canali generalisti ai nuovi programmi digitali.

Pur tuttavia permangono, nel panorama nazionale, elementi di criticità ereditati dal passato, cui si aggiungono nuove problematiche dettate dai recenti sviluppi tecnologici e di mercato. La concentrazione dei mercati televisivi risulta infatti ancora assai elevata (più che negli altri Paesi avanzati), anche se si è ormai affermato un assetto competitivo che vede tre soggetti in posizione di rilievo, per via del ruolo crescente assunto dall'operatore satellitare (Sky Italia). Per altro profilo, si deve osservare che l'affermazione dei nuovi canali digitali avviene prevalentemente attraverso forme di offerta televisiva a pagamento, lasciando quindi esclusa una parte rilevante di cittadini, che per reddito o scelta, non accedono a tali servizi.

In questo quadro, la strategia regolamentare messa in campo dall'Autorità appare in sintonia con le dinamiche di mercato. In particolare, gli interventi hanno mirato ad assicurare un adeguato spazio alle nuove piattaforme trasmissive (v. gli interventi in materia di rilevazione degli ascolti televisivi), e ad aprire i mercati televisivi a nuovi operatori di rete e fornitori di contenuti indipendenti, con particolare enfasi sulle forme trasmissive in chiaro (v. interventi in materia di nuovo piano digitale e di accesso alla capacità trasmissiva dei *multiplex* dei maggiori operatori in digitale terrestre).

Il quadro generale

Nel 2007, le risorse complessive del settore (tabella 1.38) hanno superato gli 8 miliardi di euro, con una crescita complessiva che ha sfiorato il 6%. Con riguardo alle diverse componenti di ricavo, la pubblicità, pur rimanendo di gran lunga la maggiore fonte di introiti, per la prima volta scende al di sotto della soglia del 50%, con una crescita inferiore alla metà di quella fatta registrare dal settore nel suo complesso. I ricavi derivanti dalla fornitura di contenuti ad altri operatori *broadcasting* e di telecomunicazioni su reti fisse e mobili, anche se con dimensioni ancora poco significative (circa il 3% del mercato), mostrano un consistente dinamismo, sebbene, a ritmi più contenuti, continua ad aumentare il peso della componente televisiva a pagamento, ormai non lontana dal 30% dei ricavi complessivi.

Tabella 1.38. Ricavi nel settore televisivo per tipologia 54

	milioni	milioni di euro		%	Var. %
	2006	2007	'06	`07	`07/ ′06
Canone	1.491	1.567	19,6	19,4	5,1
Pay TV	2.145	2.322	28,2	28,8	8,3
Pubblicità	3.825	3.933	50,2	48,8	2,8
Ricavi da altri operatori	156	245	2,0	3,0	57,1
Totale	7.617	8.067	100,0	100,0	5,9

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

⁵⁴ I dati non conprendono i ricavi da vendita e noleggio di terminali, accessori e quelli derivanti da tutte le altre attività non specificate in dettaglio, che per il 2007 sono stimabili complessivamente in circa 450 milioni di euro.

La progressiva diffusione di diverse piattaforme tecnologiche di accesso ai servizi televisivi rende di particolare rilievo l'analisi dell'andamento delle risorse sui diversi mezzi.

Il tradizionale sistema trasmissivo analogico rappresenta, per la televisione, ancora la principale piattaforma distributiva in termini di ricavi (tabella 1.39), anche se si registra una ulteriore contrazione che porta la quota di poco al di sopra dei 2/3 del totale. Guadagnano peso gli accessi digitali, che – sempre in termini di ricavi – crescono di circa due punti percentuali nel 2007.

Tabella 1.39. Ricavi da canone, pubblicità e pay TV per piattaforma 55

	milioni 2006	di euro 2007	% '06	% `07	Var. % `07/′06
Analogica	5.175	5.297	69,3	67,7	2,4
Satellitare	2.146	2.305	28,8	29,5	7,4
DTT	102	147	1,4	1,9	43,3
Reti di telecomunicazioni	38	73	0,5	0,9	90,6
Totale	7.461	7.822	100,0	100,0	4,8

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Sotto il profilo della distribuzione dei ricavi da pubblicità (tabella 1.40), la componente analogica - in base ai dati forniti dalle principali imprese del settore - continua a dominare il relativo mercato della vendita di spazi pubblicitari. Al riguardo, va tuttavia segnalato che le imprese non dispongono ancora di una chiave di allocazione degli introiti pubblicitari sulle diverse piattaforme digitali (Satellite, DTT, IPTV) e, pertanto, la componente "analogica", così come misurata in questa Relazione, è da ritenersi certamente sovrastimata. Nonostante ciò, si segnala che nel 2007, a seguito anche del progressivo aumento dell'audience (che ormai, in prima serata, si colloca stabilmente intorno ai 2 milioni di spettatori) il mezzo satellitare ha sfiorato i 200 milioni di ricavi, con una crescita di oltre il 40%.

Tabella 1.40. Ricavi pubblicitari per piattaforma

	milioni di euro		%	%	Var. %
	2006	2007	'06	`07	`07/ ′06
Analogica	3.683,5	3.730,2	96,3	94,8	1,3
Satellitare	133,6	192,3	3,5	4,9	43,9
DTT	7,9	10,2	0,2	0,3	28,8
Reti di telecomunicazioni	0,1	0,2	0,0	0,0	n.s.
Totale	3.825,2	3.932,9	100,0	100,0	2,8

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Il tema della rilevazione dell'audience sulle diverse piattaforme risulta, di conseguenza, sempre più centrale nell'ambito dell'allocazione delle risorse pubblicitarie. Da questo punto di vista, come già sottolineato nella Relazione dello scorso anno, la socie-

⁵⁵ Gli introiti derivanti dal canone di abbonamento televisivo della concessionaria pubblica sono stati attribuiti integralmente alla piattaforma analogica.

tà di rilevazione degli ascolti televisivi, a seguito di un intervento dell'Autorità, è intervenuta modificando significativamente i criteri di controllo e ponderazione del proprio campione (panel control). Ciò al fine di assicurare una corretta rappresentatività delle famiglie che utilizzano le nuove tecnologie di accesso al servizio televisivo. Le innovazioni introdotte nella fase della ricerca di base si sono dimostrate maggiormente idonee a garantire una misurazione aggiornata del tasso di penetrazione delle nuove tecnologie per l'accesso alla televisione digitale, assicurando quindi un'evoluzione del mercato più aperta alla competizione dei nuovi operatori.

Nel complesso, la modesta crescita degli introiti pubblicitari sulla piattaforma analogica, oltre a spiegarsi con il graduale abbandono di tale mezzo e l'affermazione delle nuove piattaforme digitali, è stata dovuta, in parte, anche alla mancanza di eventi sportivi di particolare rilevanza che hanno invece rappresentato, nel 2006, una notevole spinta al valore degli spazi televisivi. Tuttavia, nel 2008, i Campionati europei di calcio ed i Giochi olimpici di Pechino dovrebbero presentare prospettive migliori, sia per la raccolta pubblicitaria delle reti analogiche, sia, soprattutto, per gli spazi venduti sugli altri mezzi.

Le offerte televisive a pagamento crescono nel complesso dell'8,3%, superando ampiamente i 2,3 miliardi di euro (tabella 1.41). Al riguardo, è interessante evidenziare come la componente satellitare, largamente dominante come è naturale, pur crescendo del 5%, inizi a risentire delle strategie di risposta alla pressione concorrenziale esercitata dalle nuove offerte *pay* sul digitale terrestre. Va, infatti, considerato che - stante l'aumento nell'ordine del 10% degli abbonati medi di Sky Italia - nel 2007, i ricavi mensili per abbonato sono stimati essere in diminuzione di oltre il 5%. Segno quest'ultimo dell'adozione di strategie di prezzo volte a contrastare la nascente competizione portata da Telecom Italia Media e Mediaset con i servizi in *pay-per-view*, oltre che della acquisizione di clientela con minore propensione alla spesa.

Tabella 1.41. Ricavi della pay TV per piattaforma

milioni	dieuro	%		
	milioni di euro		%	Var. %
2006	2007	90′	`07	`07/′06
2.013	2.113	93,8	91,0	5,0
94	137	4,4	5,9	44,5
38	72	1,8	3,1	90,6
2.145	2.322	100,0	100,0	8,3
1.961	2.061	91,4	88,7	5,1
184	261	8,6	11,3	42,0
	2006 2.013 94 38 2.145	2006 2007 2.013 2.113 94 137 38 72 2.145 2.322 1.961 2.061	2006 2007 '06 2.013 2.113 93,8 94 137 4,4 38 72 1,8 2.145 2.322 100,0 1.961 2.061 91,4	2006 2007 '06 '07 2.013 2.113 93,8 91,0 94 137 4,4 5,9 38 72 1,8 3,1 2.145 2.322 100,0 100,0 1.961 2.061 91,4 88,7

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Più eterogenea risulta la distribuzione dei ricavi dei servizi *pay per view* che, nel 2007, superano il valore di 260 milioni di euro, testimoniando in tal modo una crescente attenzione dei consumatori verso forme di consumo televisivo à *la carte*. Di questi, oltre il 50% proviene dalla DTT.

Passando ad analizzare l'evoluzione della posizione dei singoli operatori nel settore (tabella 1.42), la Rai si conferma la principale *media company*, con oltre 2,7 miliardi di euro di ricavi. La crescita mostrata, è dovuta principalmente all'andamento degli introiti del canone di abbonamento, il cui importo unitario è passato dai 99,6 euro del

2006 ai 104 euro del 2007 56 . I ricavi pubblicitari della concessionaria pubblica rimangono sostanzialmente costanti, mentre i corrispondenti introiti di RTI mostrano una dinamica solo di poco superiore (+1,1%).

Tabella 1.42. Ricavi per operatore

	milioni	milioni di euro	
	2006	2007	`07/ ′06
RAI	2.650	2.729	3,0
Canone	1.491	1.567	5,1
Pubblicità	1.133	1.137	0,4
Ricavi da altri operatori	26	25	-3,8
RTI	2.286	2.411	5,5
Pubblicità	2.149	2.172	1,1
Offerte Pay	84	125	48,8
Ricavi da altri operatori	53	114	115,1
Sky Italia	2.173	2.347	8,0
Pubblicità	128	185	44,7
Offerte Pay	2.012	2.113	5,0
Ricavi da altri operatori	32	49	53,0
Telecom Italia Media (La7/MTV)	162	188	16,2
Pubblicità	128	144	11,3
Offerte Pay	10	12	20,0
Ricavi da altri operatori	22	32	47,1
Operatori telecomunicazioni	39	77	96,3
Pubblicità	0,3	1,7	n.s.
Offerte Pay	38,0	72,4	90,6
Ricavi da altri operatori	0,7	2,5	n.s.
Altre emittenti	308	315	2,5
Pubblicità	286	293	2,7
Ricavi da altri operatori	22	22	-
Totale Proventi	7.617	8.067	5,9

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Allo stesso tempo, gli introiti di RTI dall'offerta di servizi a pagamento sulla piattaforma digitale terrestre, e quelli derivanti dalla vendita di contenuti ad altri *broadcasters* ed agli operatori di telecomunicazioni fisse e mobili, crescono di circa 100 milioni di euro, arrivando a rappresentare, nel complesso, circa il 10% del fatturato complessivo. La proprietà di Taodue, Medusa ed Endemol (quest'ultima assieme ad altri soggetti) testimoniano, inoltre, la strategia di RTI di concentrarsi sempre più sulla produzione e distribuzione di contenuti audiovisivi sulle diverse piattaforme.

La crescita di Sky Italia (+8%) mostra andamenti differenziati tra le diverse componenti di ricavo, laddove si evidenzia un consistente aumento - legato all'incremento dell'audience dei propri programmi satellitari - degli introiti pubblicitari e di quelli derivanti dalla vendita di contenuti agli operatori di telecomunicazioni, carrier dell'of-

⁵⁶ L'importo dell'abbonamento radiotelevisivo per il 2008 è pari a 106 euro, e pertanto, a parità di abbonati, la crescita di questa componente di ricavo si può stimare inferiore al 2%.

ferta di Sky sulle altre piattaforme trasmissive, fisse e mobili. La dinamica delle attività caratteristiche, rappresentate dai servizi a pagamento, mostra invece una più contenuta crescita del 5% dovuta, come in precedenza ricordato, sia alla rallentata dinamica degli abbonati, che alla riduzione degli introiti unitari, conseguenza di offerte maggiormente convenienti per il pubblico, in risposta alla concorrenza proveniente dal digitale terrestre.

Telecom Italia Media registra una crescita complessiva di circa il 16%, con un buon risultato (+11,4%) per i ricavi da pubblicità, mentre gli introiti da servizi a pagamento sulla piattaforma digitale terrestre, pur mostrando un significativo incremento, continuano a rappresentare una voce secondaria sul totale dei ricavi dell'azienda.

Infine, l'offerta di servizi televisivi a pagamento da parte di operatori di telecomunicazioni fisse e mobili, se costituisce comunque un interessante elemento di novità e di dinamismo per il mercato, rimane, nel breve periodo, una componente ancora marginale, in attesa di sviluppare *format* in grado di attrarre una maggiore domanda da parte degli abbonati.

L'andamento delle quote di mercato del settore - dove la Rai rimane l'impresa di maggiori dimensioni - vede consolidare la tendenza verso una struttura caratterizzata da un oligopolio simmetrico, dominato dalla presenza di Rai, RTI e Sky Italia (tabella 1.43).

Le principali caratteristiche della composizione dei rispettivi ricavi - il rilevante peso del canone di abbonamento per la Rai, la forte dipendenza dagli introiti pubblicitari per Mediaset, la rilevanza degli abbonamenti pay per Sky – nonché l'affermarsi di un contesto che mostra i primi segnali di rallentamento – con particolare riferimento al canone, ma anche alla raccolta pubblicitaria - non sembrano garantire a queste imprese ampi margini di crescita nel mercato domestico, se non attraverso una maggiore diversificazione merceologica e geografica.

Tabella 1.43. Ricavi del settore televisivo per operatori (%)

	2006	2007
Rai	34,8	33,8
RTI	30,0	29,9
Sky Italia	28,5	29,1
Telecom Italia Media	2,1	2,3
Operatori TLC	0,5	1,0
Altre emittenti	4,1	3,9
Totale	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

La struttura concorrenziale del mercato della raccolta pubblicitaria (tabella 1.44) vede confermare - anche se in misura contenuta - la riduzione del peso di Rai e RTI, a favore di Telecom Italia Media e Sky Italia. In sostanza, la struttura di mercato, pur essendo ancora caratterizzata da un elevato livello di concentrazione (misurato attraverso l'indice di Herfindahl-Hirschman - HHI), tende ad un assetto leggermente meno concentrato, come testimoniato dal fatto che l'HHI scende per la prima volto al di sotto dei 4.000 punti.

Sky Italia continua a dominare il mercato della televisione a pagamento (tabella 1.45), ma è da segnalare come RTI, nel digitale terrestre, ed i *carrier*, nelle reti di telecomunicazioni, abbiano guadagnato, nel 2007, nel complesso, oltre 2,5 punti percen-

tuali, con un sostanziale calo dell'HHI, che in ogni caso rimane estremamente elevato. Al riguardo, si consideri che Sky Italia inizia a mostrare tassi di crescita declinanti: nel 2007 ha infatti registrato un incremento netto di 400.000 abbonati, a fronte dei corrispondenti 430.000 del 2006 ed i circa 500.000 del 2005.

Tabella 1.44. Quota di mercato nella raccolta pubblicitaria televisiva (%)

	2006	2007
RTI	56,2	55,2
Rai	29,6	28,9
Sky	3,3	4,7
Telecom Italia Media	3,4	3,7
Altre emittenti	7,5	7,5
Totale	100,0	100,0
Herfindahl-Hirschman Index	4.059	3.920

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Tabella 1.45. Quote di mercato nelle offerte televisive a pagamento (%)

2006	2007	
93,9	91,2	
3,9	5,4	
0,5	0,5	
1,7	2,9	
100,0	100,0	
8.833	8.347	
	93,9 3,9 0,5 1,7 100,0	93,9 91,2 3,9 5,4 0,5 0,5 1,7 2,9 100,0 100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

L'andamento degli ascolti televisivi (tabella 1.46) segnala una minore concentrazione nelle prime due emittenti, grazie all'affermazione dei nuovi operatori, soprattutto sulla piattaforma satellitare. Dal 2000 ad oggi, la diminuzione dell'audience complessiva dei primi due gruppi televisivi è significativa, pari a circa il 10%.

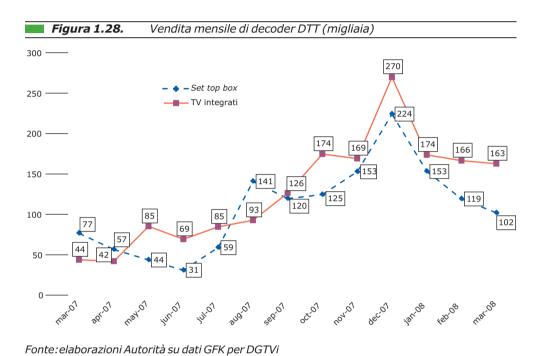
Tabella 1.46. Quote di ascolto dei maggiori operatori televisivi (%)

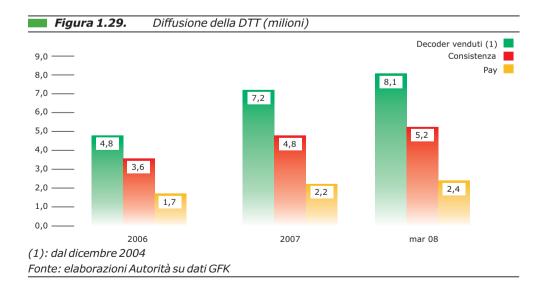
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Rai	47,3	47,0	46,4	44,9	44,3	43,3	43,6	41,8
RTI	43,4	43,2	43,0	43,9	43,0	42,0	40,3	40,5
Telecom Italia								
Media (La 7)	1,9	2,0	1,8	2,2	2,4	2,7	3,0	3,0
Altre emittenti								
terrestri	7,4	7,8	8,8	6,5	6,2	5,7	6,3	6,6
Emittenti satellitari	n.r.(*)	n.r.(*)	n.r.(*)	2,5	4,1	6,3	6,9	8,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Herfindahl-								
Hirschman Index	4.125	4.079	4.005	3.954	3.834	3.686	3.576	3.462

(*) Dato non rilevato.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Auditel

Il sistema televisivo italiano sta affrontando un cambiamento radicale, anche in ragione della progressiva affermazione delle nuove piattaforme di accesso. Nel corso del 2007, vi è stato un significativo incremento dei decoder digitali terrestri venduti (da soli o integrati all'intero dei televisori), con 2,4 milioni di unità vendute, contro poco più della metà del 2006. Allo stesso tempo, a partire dal mese di settembre 2007, grazie anche ad una consistente riduzione dei prezzi degli apparecchi TV, la vendita mensile degli apparati integrati ha superato quella dei set top box (figura 1.28).





Si stima che la consistenza di apparati DTT abbia ad oggi superato i 5 milioni (figura 1.29), e di questi 2,4 milioni siano utilizzati anche per servizi di televisione a pagamento, la cui offerta si sta progressivamente ampliando, grazie a soluzioni innovative in termini di contenuti e di livelli di prezzo più accessibili ad una clientela ampia. Durante il 2007, si è osservata una crescita della consistenza delle carte prepagate offerte da Telecom Italia Media e Mediaset nell'ordine del 10%, mentre si stima che, nel mese di marzo di quest'anno, le carte in esercizio in grado di fruire di servizi pay avevano superato i 4 milioni.

In questo contesto tecnologico e di mercato, sono inoltre intervenute importanti novità normative. Con riguardo alla transizione dalla trasmissione televisiva in tecnica analogica a quella digitale, la legge n.222/07 di conversione con modificazioni del Decreto legge 1 ottobre 2007, n.159, ha introdotto alcune rilevanti misure. In primo luogo, la legge ha prorogato al 2012 la data per la cessazione delle trasmissioni in tecnica analogica terrestre. In secondo luogo, si sono introdotte misure per favorire la produzione di apparecchi televisivi digitali stabilendo, tra l'altro, l'obbligo di integrazione del sintonizzatore digitale per la ricezione dei servizi della televisione digitale negli apparecchi televisivi venduti ai consumatori sul territorio nazionale, entro diciotto mesi dalla data di entrata in vigore del decreto (giugno 2009).

Come è noto, il processo di transizione dalle trasmissioni analogiche a quelle digitali terrestri è in via di attuazione, a cominciare dalle regioni Sardegna e Valle d'Aosta. Le attività di completamento della conversione degli impianti per la televisione digitale terrestre in Sardegna avranno luogo nel periodo compreso tra il 1° settembre ed il 30 di ottobre 2008, mentre per la Valle d'Aosta la scadenza è prevista per il 1° ottobre. Le prossime aree a realizzare lo *switch off* saranno le province di Torino e Cuneo entro il 17 marzo 2009, la provincia autonoma di Trento il successivo 1° ottobre, il resto della Regione Piemonte entro il 17 marzo 2011.

Secondo quanto pubblicato nel secondo Rapporto sulla televisione digitale terrestre in Europa, realizzato dall'Associazione DGTVi, i dati di ascolto mostrano un effetto positivo della transizione al digitale. Per monitorare il consumo e la fruizione del digitale terrestre nelle aree caratterizzate da *switch off* parziale (Sardegna e Valle d'Aosta), Auditel ha realizzato alcune rilevazioni specifiche. Da tali rilevazioni, è emerso che, ove si consideri ad esempio la regione Sardegna, lo *share* dei canali fruiti attraverso il decoder DTT (compreso il *simulcast* delle generaliste) risulta essere superiore al corrispondente valore rilevato sull'analogico (su base nazionale). Tale effetto potrebbe essere determinato anche dalla progressiva diffusione delle applicazioni avanzate – al momento prevalentemente costituite da giochi interattivi - che potrebbe determinare nei consumatori un più intenso utilizzo del mezzo televisivo. È infine da segnalare come le potenzialità offerte dal DTT siano alla base di alcune innovazioni osservabili nell'ambito dell'offerta pubblicitaria. Difatti, Sipra e Publitalia propongono agli investitori spot interattivi, e diverse aziende di grandi dimensioni (Renault, BMW, Ferrero, Mediaworld) vi hanno fatto ricorso.

Alla luce delle prossime scadenze legislative, gli operatori del settore stanno investendo significative risorse nello sviluppo della piattaforma digitale terrestre, attraverso l'aggiornamento delle infrastrutture di rete. A fine 2007, i multiplex digitali terrestri operativi sul territorio nazionale erano 10, due dei quali risultavano essere dedicati alla trasmissione di contenuti in tecnica digitale terrestre per la ricezione su terminali mobili (DVB-H), rispettivamente di proprietà di RTI e dell'operatore mobile H3G. Vi sono, inoltre, più di 180 multiplex a copertura locale o regionale. La tabella 1.47 fornisce un elenco dettagliato delle caratteristiche dei programmi e dei servizi offerti negli 7 multiplex a copertura nazionale operativi nel maggio 2008 per le trasmissioni DVB-T.

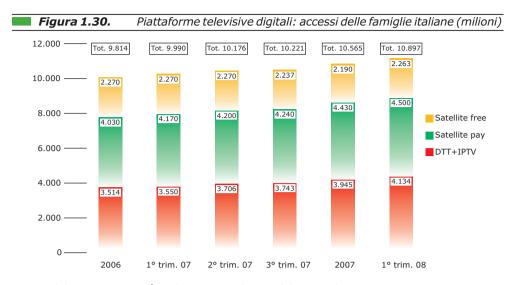
A ciò, si aggiunga poi che anche il numero e la qualità dei canali DTT sono destinati ad aumentare ulteriormente nei prossimi mesi, in virtù anche dei criteri e delle modalità imposte dall'Autorità in capo a Mediaset, Rai e Telecom Italia Media per la cessione del 40% della capacità trasmissiva dei rispettivi *multiplex* (cfr. delibera n. 645/07/CONS).

Tabella 1.47. Programmi televisivi e radiofonici trasmessi dai mux con copertura >70% della popolazione

Multiplex Nazionali	Canali ricevibili anche in terrestre analogico	Nuovi canali terrestri	Radio	<i>Pay</i> per View
D-Free		Boing		Joi - Mya - Steel
				Joi + 1 - Mya + 1
				Steel + 1
MBone	LA7	QOOB		LA7 Cartapiù A-E
	Rete 7 (Piemonte)	Facile TV		LA7 Cartapiù
	Telequattro (Friuli)			attivazione
P	rimo Canale (Liguria)			
Timb 1	La 7			LA7 Cartapiù X
	MTV Italia			LA7 Cartapiù Y
	Sardegna 1			
Mediaset 1		Class News		Premium Menù
		Coming Soon		Premium Extra 1-2
		BBC World		Premium Calcio 1-7
		Mediashopping		Premium Attivazione
Mediaset 2	Canale 5	Iris		
	Rete 4	Sportitalia		
	Italia 1	Sportitalia 24		
RAI - Mux A	Rai Uno	Rai Gulp	FD Leggera	
	Rai Due			
	Rai Tre			
RAI – Mux B		RaiSportPiù	Radiouno	
		RaiNotizie24	Radiodue	
		Rai Edu1	Radiotre	
		Rai Gulp	FD Auditorium	ı
		SAT2000	Isoradio	

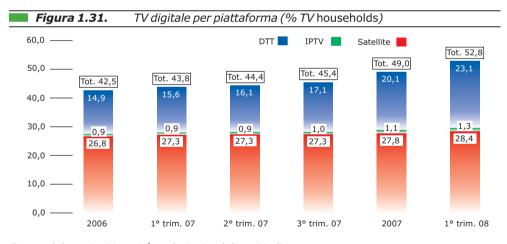
Fonte: Sito web DGTVi, aggiornato al 15 maggio 2008

Passando all'analisi della televisione digitale nel suo complesso, il numero totale di accessi digitali ha raggiunto nel marzo scorso i circa 11 milioni (figura 1.30), con un incremento di oltre 1 milione rispetto all'anno precedente. Tale crescita è da ascriversi prevalentemente all'affermazione della televisione digitale terrestre, mentre l'IPTV - pur registrando tassi di sviluppo in aumento rispetto all'anno precedente, - supera di poco i 300.000 abbonati. In ogni caso, l'offerta di servizi televisivi a pagamento su protocollo IP continua ad ampliarsi: accanto ai servizi proposti da Fastweb e da Telecom Italia, si affiancano ormai quelli di Wind – che ha avviato un servizio che offre i canali nazionali del digitale terrestre, alcuni canali satellitari e contenuti in modalità *video on demand* – e di Tiscali.



Fonte: elaborazioni Autorità su dati trimestrali aziendali e e-Media

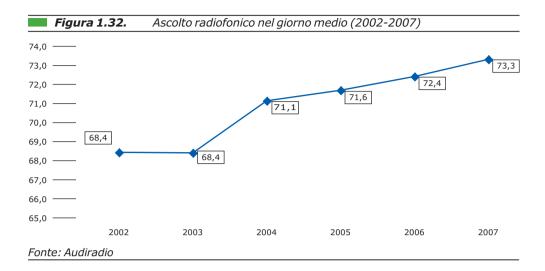
Complessivamente, a fine marzo 2008, il numero di famiglie italiane dotate di almeno un accesso digitale ha superato il 50%, con una netta prevalenza del satellite, sia *free* che *pay* (28%), e del digitale terrestre (23%) (figura 1.31).



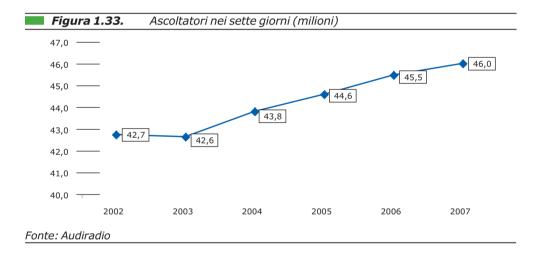
Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali e e-Media

■ 1.2.3. La radio

La radio ha raggiunto, nel 2007, i 38,7 milioni di ascoltatori nel giorno medio, pari al 73,3% della popolazione italiana con età superiore agli undici anni (figura 1.32).



È aumentata, altresì, complessivamente, la frequenza generica degli ascolti nei sette giorni, raggiungendo i 46 milioni di ascoltatori (figura 1.33).



I primi due bimestri del 2008 confermano il trend positivo degli ascolti complessivi, con un picco nel periodo 1° marzo – 25 aprile di 38,9 milioni di ascoltatori.

In dettaglio (tabella 1.48) dall'indagine Audiradio riferita al 2007, emerge una contrazione media degli ascolti delle emittenti radiofoniche della concessionaria pubblica (-2,3%) determinata soprattutto dal calo degli ascolti di Radiodue.

Viceversa le principali emittenti private nazionali (tabella 1.49) mostrano, nel complesso, un incremento dell'ascolto medio pari al 6,4%.

Emerge, in particolare, il buon andamento di R101, del gruppo Mondadori, di m2o, del Gruppo l'Espresso e di Radio Kiss Kiss Network, che consolidano la propria posizione con percentuali di crescita nell'ascolto superiori al 20%.

Tabella 1.48. Ascolto delle principali emittenti nazionali nel giorno medio (valori in migliaia)

	2004	2005	2006	2007
Emittenti Rai				
Rai RadioUno	7.212	6.399	6.720	6.744
Rai RadioDue	4.502	4.213	5.486	4.988
Rai RadioTre	2.125	1.858	1.914	1.943
Isoradio	1.212	1.086	1.115	1.177
Notturno italiano (fascia ore 0-6)	158	141	122	142
Principali emittenti private nazionali				
Rmc Radio Montecarlo	2.185	2.075	2.056	1.920
Radio Capital	1.642	1.980	2.039	1.857
Radio Deejay	5.250	5.587	5.758	5.586
Radio Kiss Kiss network	1.153	1.355	1.724	2.374
Radio Maria	1.573	1.829	1.694	1.806
Radio Radicale	463	449	545	536
organo della lista Marco Pannella				
Radio 105 Network	3.257	3.547	3.703	3.961
Rds radio Dimensione Suono	4.220	4.505	4.965	5.014
100% grandi successi				
Radio Italia solo musica italiana	3.933	3.260	3.223	3.776
Rtl 102.5 Hit radio	4.248	4.125	4.907	5.166
Radio 24 - Il sole 24 ore	1.566	1.572	1.763	1.859
Radio m2o	493	1.007	1.066	1.416
Radio R101			1.381	1.952

Fonte: Audiradio

Tabella 1.49. Ascolto delle principali emittenti nazionali nei sette giorni (valori in migliaia)

2004	2005	2006	2007
12.473	12.288	12.984	12.705
9.298	9.707	12.065	11.336
4.718	4.653	4.835	4.722
3.871	4.367	4.529	4.583
769	713	644	676
6.406	6.931	7.274	6.859
5.605	6.279	6.573	6.321
12.701	13.143	13.682	13.248
5.090	5.639	6.587	7.455
4.108	4.477	4.233	4.334
1.761	1.733	1.947	1.846
9.196	10.350	10.800	10.742
11.889	12.831	13.695	12.379
10.341	11.677	11.757	12.497
10.661	12.075	14.179	14.433
3.683	4.114	4.541	4.568
2.233	2.761	2.894	3.504
		6.485	7.940
	12.473 9.298 4.718 3.871 769 6.406 5.605 12.701 5.090 4.108 1.761 9.196 11.889 10.341 10.661 3.683	12.473 12.288 9.298 9.707 4.718 4.653 3.871 4.367 769 713 6.406 6.931 5.605 6.279 12.701 13.143 5.090 5.639 4.108 4.477 1.761 1.733 9.196 10.350 11.889 12.831 10.341 11.677 10.661 12.075 3.683 4.114	12.473 12.288 12.984 9.298 9.707 12.065 4.718 4.653 4.835 3.871 4.367 4.529 769 713 644 6.406 6.931 7.274 5.605 6.279 6.573 12.701 13.143 13.682 5.090 5.639 6.587 4.108 4.477 4.233 1.761 1.733 1.947 9.196 10.350 10.800 11.889 12.831 13.695 10.341 11.677 11.757 10.661 12.075 14.179 3.683 4.114 4.541 2.233 2.761 2.894

Fonte: Audiradio

Nel complesso l'analisi dei dati Audiradio conferma per le radio l'esistenza di ascolti elevati e distribuiti in modo abbastanza omogeneo all'interno del campione.

La crescita dell'ascolto è dovuta a diversi fattori, in primo luogo la radio si dimostra sempre più un mezzo dotato di grande flessibilità, e ha già da tempo superato la unidirezionalità, integrandosi in altri dispositivi, divenendo sempre più un mezzo personale ed interattivo, mobile e portatile.

In secondo luogo l'integrazione fra radio e Internet, spingono nella direzione della sovrapposizione del pubblico radiofonico, giovane e abituato alla connessione e all'interattività, con quello della rete.

Il crescente peso della radio nelle strategie editoriali di sviluppo multimediale e multicanale, anche attraverso la diffusione satellitare e quella via Internet determina pertanto l'ampliamento dei formati e dell'offerta radiofonica, in cui l'emittenza privata sperimenta nuove formule, destinate a specifici target di ascolto.

Le principali emittenti radiofoniche nazionali hanno in questi ultimi due anni ampliato la propria offerta multimediale arricchendo la lista di programmi disponibili in *podcast* e creando nuovi siti per i cellulari. Vengono inoltre attivati collegamenti in modalità "peer to peer" che hanno la finalità di realizzare social network diffusi per la realizzazione di palinsesti personalizzati.

Tutto questo costituisce una grande opportunità sia per i gruppi che operano nel campo dell'innovazione tecnologica sia per i cd. operatori del *content providing* che potranno avvalersi della digitalizzazione radiofonica per la fornitura integrata di contenuti.

La crescita degli ascolti è pertanto alla base del consistente incremento degli investimenti pubblicitari registrato nel 2007 (8,2%), per un valore che ha sfiorato i 480 milioni di euro.

La radio risulta essere scelta, soprattutto, per veicolare i messaggi pubblicitari di carattere istituzionale, dei prodotti del mercato automobilistico e motociclistico, dei media e del tempo libero.

Il dato di crescita della radio è confermato dall'analisi dei bilanci dei principali gruppi (Gruppo l'Espresso, Finelco, Mondadori ed il Sole 24 ore) che hanno fatto segnare, con riferimento agli introiti radiofonici, sensibili tassi di crescita nei ricavi per vendita di spazi pubblicitari.

Il network radiofonico del Gruppo l'Espresso titolare di Radio Deejay, Radio Capital e m2o, è al primo posto tra le emittenti private italiane con un valore, per il 2007, pari a 86,1 milioni di euro (+9,9%).

I ricavi consolidati del Gruppo Finelco sono pari complessivamente a 71,2 milioni, in aumento rispetto al precedente esercizio di 6,3 milioni (+9,7%). Tale incremento è riconducibile al buon andamento della raccolta pubblicitaria, principalmente attribuibile all'emittente radiofonica "105 Network" e dall'ingresso della nuova emittente radiofonica Virgin Radio Italy, a seguito del conferimento da parte del Gruppo RCS, che ha dismesso la divisione radiofonica.

Per quanto riguarda la divisione radio del gruppo Mondadori, nel corso del 2007, è stata completata la distribuzione del segnale su tutto il territorio nazionale con una copertura della popolazione che ha superato il 90%, Il volume di affari per questo settore di attività, pari a 11,3 milioni di euro, è ancora marginale ma presenta tassi di crescita molto consistenti (+21,5%), così come soddisfacenti sono stati i risultati di Radio

24 del gruppo "Il Sole 24 ore" che, con una crescita dell'8,5%, ha raggiunto nel 2007 i 14,5 milioni di euro.

Per completezza di informazione sono di seguito indicati, con riferimento agli esercizi 2003-2006, i ricavi da vendita di spazi pubblicitari delle principali società esercenti l'emittenza radiofonica nazionale (tabella 1.50).

Tabella 1.50. Emittenti nazionali: ricavi da vendita di spazi pubblicitari (milioni di euro)

	2003	2004	2005	2006
Rai S.p.A.	63,8	67,8	65,3	59,2
Elemedia S.p.A.	53,9	64,9	70,6	71,4
Radio Dimensione Suono S.p.A.	24,6	32,4	37,4	35,6
RTL 102,500 Hit Radio S.r.l.	28,8	31,7	32,6	32,9
Radio Studio 105 S.r.l.	14,0	15,7	16,2	16,9
Radio Italia S.p.A.	13,4	15,0	14,6	15,9
Nuova Radio S.p.A.	134	13,7	14,1	13,7
Radio Kiss Kiss S.r.l.	5, 5	6,0	5,6	6,7
Monradio S.r.I.	-	-	4,3	8,7

Fonte: Autorità – Informativa Economica di Sistema

■ 1.2.4. L'editoria

L'Autorità, con l'obiettivo di fornire un quadro maggiormente esauriente dei mercati della comunicazione oggetto delle proprie competenze istituzionali, ed analogamente al percorso metodologico adottato già da tempo per i mercati delle telecomunicazioni fisse e mobili e per quello televisivo, ha richiesto alle principali imprese del settore⁵⁷ dell'editoria quotidiana e periodica alcune specifiche informazioni riguardo alle dinamiche economiche ed all'andamento delle copie vendute, sia con riferimento all'editoria su tradizionale formato cartaceo che su quello elettronico.

Come è noto, l'assetto concorrenziale dell'editoria presenta un profilo assai più articolato ed un grado di concentrazione del mercato assai più ridotto rispetto alle telecomunicazioni ed al settore televisivo.⁵⁸

Nondimeno, le imprese a cui sono state richieste informazioni di dettaglio circa l'andamento delle principali voci di ricavo costituiscono un campione sufficientemente rappresentativo dell'intero settore (tabella 1.51).⁵⁹

⁵⁷ Arnoldo Mondadori Editore, Cairo Editore, Caltagirone Editore, Class Editori, Corriere dello Sport, De Agostini Editore, Editoriale Domus, Editrice La Stampa, Edizioni Condè Nast, Gruppo Editoriale l'Espresso, Hachette Rusconi, Il Sole 24 Ore, Monrif, Poligrafici Editoriale, RCS Media-Group, Società Athesis, Società Europea di edizioni.

⁵⁸ A titolo di riferimento, si consideri che nel 2007 le prime tre imprese (in termini di fatturato) rappresentavano poco meno dell'82% nelle telecomunicazioni (Telecom Italia, Vodafone e Wind) ed il 92% nella televisione (Rai, RTI e Sky Italia).

⁵⁹ Una rappresentazione esaustiva avrebbe presentato due ordini di difficoltà: in primo luogo, il ricorso ad un campione di imprese notevolmente più ampio, con la necessità di prevedere tempi più lunghi per l'analisi; ii) in ogni caso, con riferimento all'editoria elettronica, l'esigenza di risolvere i problemi di ordine metodologico e definitorio, anche in questo caso con prevedibile allungamento dei tempi dell'analisi.

Più in particolare, a livello aggregato, i soggetti considerati rappresentano, con riguardo alle attività editoriali caratteristiche, oltre il 65% del valore dell'intero settore della stampa quotidiana e periodica, così come desumibile, in termini omogenei per l'anno 2006, dalla valutazione compiuta dall'Autorità nell'ambito della valorizzazione del Sistema Integrato delle Comunicazioni. 60 Tale quota risulta differenziata tra i diversi segmenti, ed in particolare arriva a superare il 76% dell'editoria quotidiana.

Tabella 1.51. Rappresentatività del campione di imprese editoriali nel 2006 (%)

Media editoria	65,5
Editoria quotidiana	76,3
Editoria periodica	59,4
Editoria elettronica	33,7

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Il quadro generale

I ricavi complessivi delle imprese considerate (5,7 miliardi di euro nel 2007) mostrano, rispetto all'anno precedente, una leggera contrazione che investe sia l'editoria quotidiana che quella periodica (tabella 1.52). L'andamento dell'editoria elettronica, che tuttavia rappresenta meno del 3% delle entrate complessive, evidenzia invece una crescita del 35%, valore che sembra testimoniare come gli investimenti effettuati su Internet dalle imprese, sia dal lato dei prodotti e servizi venduti, che soprattutto da quello degli introiti pubblicitari, inizino a palesare risultati apprezzabili.

Tabella 1.52. Ricavi complessivi delle principali imprese editoriali

	milioni di euro		%	Var. %
	2006	2007	`07	`07/ ′06
Editoria quotidiana	2.651	2.627	45,8	-0,9
Editoria periodica	2.162	2.138	37,2	-1,1
editoria periodica settimanale	1.409	1.366	23,8	-3,1
editoria periodica mensile	753	772	13,4	2,5
Editoria elettronica	119	162	2,8	35,9
Altri ricavi ⁶¹	833	813	14,2	-2,4
Totale	5.765	5.740	100,0	-0,4

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

⁶⁰ Con riferimento a quanto evidenziato nella tabella 3 dell'allegato A della delibera n. 81/08/CONS, per l'editoria quotidiana e periodica sono stati considerati i ricavi pubblicitari, quelli derivanti da vendita di copie e collaterali ed i ricavi netti delle concessionarie di pubblicità nei settori della stampa quotidiana nazionale e locale e di quello della stampa periodica. Per l'editoria elettronica sono stati inclusi i ricavi riferibili a quelli di natura periodica con l'esclusione dei ricavi pubblicitari su reti di telecomunicazioni fisse e mobili registrati da una impresa attiva prevalentemente nel settore dell'editoria annuaristica.

⁶¹ Sono incluse tipologie di ricavo di natura eterogenea, non riconducibili alle attività indicate. Gli introiti da attività libraria tradizionale - come ad esempio nel caso di Arnoldo Mondadori - rappresentano tuttavia la componente principale.

Con riferimento alle diverse fonti di ricavo, gli introiti derivanti dalle attività caratteristiche⁶² rimangono nel complesso sostanzialmente invariati, ma si osserva una riduzione delle vendite di copie ed un consistente decremento dei ricavi da prodotti collaterali (tabella 1.53).

Tabella 1.53. Ricavi dalle attività caratteristiche

	milion	milioni di euro		Var. %
	2006	2007	`07	`07/ ′06
Vendita copie	1.704	1.681	34,1	-1,4
Pubblicità	2.302	2.448	49,7	6,4
Collaterali	851	705	14,3	-17,2
Altro	75	93	1,9	24,0
Totale	4.932	4.927	100,0	-0,1

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Tali prodotti, che rappresentano nel 2007 oltre il 14% dei ricavi complessivi, sembrano attraversare una crisi derivante dalla saturazione delle tradizionali "offerte" sia a carattere cinematografico e musicale che soprattutto librario.

I ricavi pubblicitari risultano invece in aumento di oltre il 6%, effetto in parte dovuto, soprattutto nel caso dell'editoria quotidiana, all'aumentato spazio per la pubblicità a colori nelle testate a diffusione nazionale e locale. ⁶³ Un ulteriore contributo è venuto dalla *free press* e dall'editoria elettronica, che hanno visto aumentare gli introiti pubblicitari, rispettivamente, del 30% e del 56%.

Con riguardo all'assetto concorrenziale del settore (tabella 1.54), RCS Mediagroup, Gruppo Editoriale L'Espresso ed Arnoldo Mondadori rappresentano, in valore, poco meno del 60% dei ricavi complessivamente dichiarati dalle imprese oggetto della rilevazione, ⁶⁴ con una perdita, nel 2007, di circa un punto percentuale, andato a vantaggio de "Il Sole 24 Ore".

Quest'ultimo, grazie anche al progressivo riposizionamento editoriale della testata quotidiana verso un pubblico maggiormente generalista rispetto al tradizionale *target* di lettura, ha visto aumentare gli introiti pubblicitari in misura consistente, contribuendo a creare le premesse economiche e patrimoniali per la quotazione in Borsa della società editrice.

I quotidiani

Il campione di imprese considerate comprende circa 40 testate quotidiane rappresentative sia in valore che in volume, come in precedenza accennato, di circa il 75% dell'intero panorama dell'editoria quotidiana su mezzo cartaceo.

⁶² Editoria quotidiana, periodica ed elettronica.

⁶³ Fieg nel 2007 lo ha stimato in aumento del 37,7%. Fonte: La Stampa in Italia 2005-2007.

⁶⁴ Pertanto inclusivi - per una più esauriente rappresentazione delle dimensioni economiche delle imprese considerate - anche delle componenti non caratteristiche di ricavo, peraltro escluse nell'ambito della valorizzazione del SIC.

Tabella 1.54. Ricavi complessivi per impresa (%)

	2006	2007
RCS Mediagroup	21,1	21,3
Gruppo Editoriale L''Espressso	18,6	18,6
Arnoldo Mondadori	19,4	18,3
Il Sole 24 ore	8,8	10,0
Caltagirone	4,9	4,9
Altri	27,2	26,9
Totale	100,0	100,0
Milioni di euro	5.765	5.740

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Nell'ambito della richiamata flessione degli introiti complessivi si segnala, dal lato delle fonti di ricavo, un leggero aumento dei ricavi da vendita di copie, dovuto, per una parte, al (modesto) aumento dei prezzi unitari⁶⁵ e, per altra parte, all'arricchimento dell'offerta editoriale, mediante inserti ed allegati di approfondimento informativo (tabella 1.55).

Tabella 1.55. Editoria quotidiana per tipologia di ricavo

	milioni	di euro	%	Var. %
	2006	2007	`07	`07/ ′06
Vendita copie	898	908	34,6	1,2
Pubblicità	1.298	1.366	52,0	5,3
Collaterali	455	353	13,4	-22,6
Totale	2.651	2.627	100,0	-0,9

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Le società hanno intrapreso investimenti industriali per creare nuovi prodotti, migliorare i contenuti editoriali e rendere più attraenti i propri contenuti a lettori ed inserzionisti; molti quotidiani hanno introdotto il *full color* e/o nuovi formati, hanno ridisegnato l'impianto grafico, allo scopo di veicolare meglio i contenuti, ottenendo, come detto, un consistente aumento dei ricavi pubblicitari, pari ad oltre il 5%. Ciò ha determinato il superamento da parte della pubblicità della soglia del 50% degli introiti complessivi, tendenza che pone l'Italia più in linea rispetto a quanto accade all'estero.

Un contributo non marginale alla crescita della pubblicità nel settore è dovuta alla progressiva crescita della *free press*, che nel 2007 ha raggiunto i 400 milioni di copie diffuse (+25% rispetto al 2006) con una crescita della raccolta pubblicitaria di oltre il 30%. In questo ambito, si è assistito, di recente, all'introduzione delle "anteprime" informative distribuite nelle prime ore del pomeriggio che, per sintesi e per immedia-

⁶⁵ Sulla base dei dati raccolti dalle imprese si stima che i ricavi netti unitari (cioè al netto dei costi di distribuzione) da vendita di copie nel 2007 siano aumentati di poco meno del 2%.

tezza, possono essere equiparate all'informazione su web. Le testate gratuite, che appartengono prevalentemente ai grandi gruppi editoriali, sono sorte per attrarre soprattutto la pubblicità locale. Tuttavia, dato che tali testate si stanno evolvendo in *network* di livello nazionale, la conseguenza è stata quella di veder crescere la pubblicità commerciale nazionale in misura maggiore di quella locale.⁶⁶

Dall'autunno del 2006 Audipress, seguendo le indicazioni dell'Autorità nell'ambito dell'atto di indirizzo sulla rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione (articolo 5 della delibera n. 85/06/CONS), ha avviato il monitoraggio degli indici di lettura dei quotidiani distribuiti gratuitamente, modificando i criteri di partecipazione e di ammissione delle testate all'indagine. Precedentemente, si individuava nella certificazione ADS⁶⁷ della diffusione una delle condizioni necessarie per l'ammissione delle testate alla rilevazione, escludendo in tal modo la *free press*. Dalle nuove rilevazioni, emerge, tra l'altro, che la crescita della *free press* non risulta, se non in misura marginale, sostitutiva dell'editoria quotidiana tradizionale, ma rappresenta un mezzo informativo che tende piuttosto ad espandere il pubblico dei lettori, con incrementi significativi soprattutto nelle fasce di età dai 14 ai 34 anni.

Tornando all'analisi dell'andamento delle principali fonti di ricavo dell'editoria quotidiana, i prodotti collaterali registrano una marcata flessione (-22%) tale da annullare gli incrementi registrati dai ricavi delle vendite di copie e delle entrate pubblicitarie. Vi è da chiedersi se questa contrazione rappresenti un dato di carattere strutturale, in virtù della sostanziale saturazione del mercato, dopo un lungo periodo in cui questa voce ha rappresentato una quota crescente dei ricavi delle imprese editoriali.

L'andamento complessivo delle copie a pagamento vendute nel 2007 dai principali editori italiani (-0,5%) conferma alcune caratteristiche strutturali del mercato italiano che ne condizionano le potenzialità di crescita.

Si osserva nel tempo un tendenziale aumento degli indici di lettura. Dal 2000 al 2006, la quota di persone che leggono quotidiani di informazione generale a diffusione nazionale almeno una volta nella settimana è passato dal 62,9% al 66,6%; il dato corrispondente per le testate a diffusione locale è cresciuto dal 56,1% al 61,5%68; ed infine, con riferimento al 2007, i lettori di quotidiani sono stimati in 22,8 milioni, con una crescita dell'1,4% rispetto al 2006.69

Nonostante ciò, nel confronto internazionale l'Italia si pone agli ultimi posti per diffusione dei quotidiani (tabella 1.56), anche a causa di una quota di abbonamenti notevolmente più bassa rispetto ai mercati esteri (tabella 1.57). Allo stesso tempo, l'Italia si caratterizza per livelli di diffusione assai differenziati nelle diverse aree geografiche (tabella 1.58), con livelli di vendita che nel Nord risultano circa il doppio di quelli osservabili nel Sud e nelle Isole.

⁶⁶ Nel 2007 la raccolta pubblicitaria a carattere nazionale è aumentata del 29% contro il 21% della raccolta locale. Fonte: FIEG, 2008.

⁶⁷ ADS "Accertamenti Diffusione Stampa" è una libera Associazione costituita dalle associazioni e federazioni di settore allo scopo di certificare i dati di diffusione e di tiratura della stampa quotidiana e periodica di qualunque specie pubblicata in Italia.

⁶⁸ Fonte: Istat: "L'uso dei media e del cellulare in Italia", 2008, cit.

⁶⁹ Fonte: Audipress.

Tabella 1.56. Editoria quotidiana: copie diffuse per 1000 abitanti (2006) Danimarca 766 Svezia 625 Norvegia 601 Regno Unito 385 Germania 300 Spagna 242 Francia 199 Italia 194

Fonte: FIEG su dati Wan, World Press Trends 2007

Tabella 1.57. Quotidiani venduti in abbonamento (2006 in % del totale)Danimarca84Svezia75Norvegia77Germania64Spagna28Francia32

9

Fonte: FIEG su dati Wan, World Press Trends 2007

Tabella 1.58. Editoria quotidiana in Italia: copie vendute per 1000 abitanti (2006)Sud60Centro104Nord114Italia93

Fonte: FIEG

Italia

Anche la scolarizzazione rappresenta un rilevante fattore alla base del "consumo" di prodotti editoriali (ed in generale di cultura)⁷⁰, ed i livelli di istruzione che caratterizzano la popolazione in Italia, inferiori a quelli di altri paesi europei, costituiscono quindi un ulteriore freno allo sviluppo del mercato.⁷¹

⁷⁰ In dettaglio, oltre l'85% dei laureati leggono quotidiani, quota che scende al 73,9% per le persone in possesso del diploma di scuola media superiore, fino a scendere fino al 40% per coloro i quali dispongono solo del titolo di licenza elementare (o di nessun titolo di studio). Fonte: Istat, "L'uso dei media e del cellulare in Italia", 2008.

⁷¹ Nel 2005 la quota di popolazione di età compresa tra i 25 ed i 64 anni che ha completato almeno l'istruzione secondaria superiore in Italia risulta del 50,4%, contro una media UE27 del 60,9%, con valori superiori all'80% in paesi come Germania, Svezia, Danimarca Polonia, Repubblica Ceca. Fonte: Istat: "Rapporto Annuale 2006" (Ed. 2007).

Infine, l'editoria nel suo complesso risente del clima di incertezza economica che investe ormai da tempo le famiglie italiane, e pertanto la spesa in beni ritenuti "non primari", come quelli rappresentati dalla stampa quotidiana e periodica, tende a comprimersi prima, e di più, di altre categorie di beni e servizi che entrano nel paniere della spesa. In altri termini, i quotidiani appaiono avere un'elevata elasticità al reddito. Di conseguenza, in un periodo di bassa crescita del reddito disponibile (come quello tra il 2000 ed il 2006) il peso dei libri e dei giornali nella spesa complessiva delle famiglie italiane si è ridotto dall'1,78% all'1,58%.⁷²

Passando all'analisi dell'assetto concorrenziale del mercato dell'editoria quotidiana, si rileva una sostanziale invarianza della quota dei due principali gruppi editoriali (Gruppo l'Espresso e RCS Mediagroup) nell'ultimo anno, mentre si segnala la crescita del gruppo "Il Sole 24 Ore", che arriva a superare l'11,5% (tabella 1.59) dei ricavi. Tale consolidamento delle quote di mercato è testimoniato dall'andamento dell'indice di concentrazione (HHI) che rimane pressoché invariato, su valori modesti, inferiori a 2.000 punti⁷³.

Tabella 1.59. Quote di mercato nell'editoria quotidiana (%)

2006	2007
07.1	
27,1	26,9
26,8	26,8
10,6	11,5
10,5	10,4
8,9	8,5
16,1	15,9
100,0	100,0
1.815	1.820
2.651	2.627
	16,1 100,0 1.815

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Un fenomeno che sta assumendo carattere di trasformazione strutturale del settore è l'integrazione tra le diverse modalità di diffusione delle informazioni. L'integrazione avviene in particolare tra la carta stampata ed il web, e comporta più in generale una trasformazione dei gruppi editoriali in gruppi multimediali, in grado di fornire contenuti su supporto cartaceo ed audiovisivo, anche attraverso web, canali radio, tv, sia digitali che analogiche. Questo fenomeno caratterizza in particolare il settore dei quotidiani, dove gli operatori cercano di fidelizzare i propri lettori, diversificare le attività sfruttando le economie di varietà, nonché attrarre gli inserzionisti con la possibilità di offrire una gamma più ampia e più mirata di prodotto pubblicitari.

Le società editoriali, che attraverso il *web* sono in grado di concorrere con le emittenti televisive nella tempestività con cui le notizie vengono comunicate, si stanno dimostrando molto attente alle nuove forme di comunicazione, e stanno dando un forte

⁷² Fonte: FIEG su dati "Relazione Generale sulla situazione economica del paese 2006", Vol. 1.

⁷³ Peraltro, i valori dell'HHI sovrastimano la concentrazione reale del mercato in quanto calcolati soltanto sul campione delle imprese di maggiori dimensione e non sull'universo degli operatori.

impulso all'integrazione delle piattaforme distributive, consentendo agli utenti di accedere agli stessi contenuti su più mezzi anche in tempi diversi. Al riguardo, di particolare interesse è la costituzione, in Italia, delle prime forme di *syndication* nell'ambito dell'informazione giornalistica *on line*, che hanno come obiettivo, mediante l'aggregazione sul *web* di siti di informazione a carattere sia regionale che pluriregionale, quello di fornire nuove opportunità di comunicazione.

L'integrazione coinvolge ovviamente le strutture organizzative delle società editoriali, ponendole di fronte alla scelta di come integrare le redazioni, con impatti rilevanti in termini di costi e di organizzazione del lavoro. Generalmente, i contenuti dei quotidiani, nella versione on line, sono ridotti e gli articoli più brevi rispetto a quelli della versione cartacea, ma sono arricchiti da link di connessione a contenuti audio, video e ipertestuali, offrendo modalità di interazione con i lettori. Un'ulteriore possibilità di integrazione tra generi diversi è costituita dai file audio e dai podcast, che hanno un crescente successo presso il pubblico, specie nei mercati più avanzati sotto il profilo digitale.

I quotidiani stanno sperimentando anche nuove forme di comunicazione con i propri lettori. Si assiste così alla nascita di servizi di personalizzazione nella fornitura di informazioni, che consentono di creare una relazione con il cliente in modo da renderlo stabilmente affezionato al prodotto e di conoscerlo e di analizzarne abitudini e necessità, ottenendo contestualmente la possibilità di veicolare una pubblicità più mirata. Questa integrazione consente l'affermarsi di contenuti UGC (*User Generated Content*), con il conseguente sovrapporsi dei contenuti informativi prodotti da società o testate specializzate con i commenti, le selezioni, e le ricerche di notizie effettuate direttamente dal singolo utente. Si assiste così all'affermarsi di *forum*, *community* ed altre forme di scambio, in cui i clienti-utenti diventano parte integrante dei modelli di sviluppo delle società editrici.

Al momento, in Italia, la lettura dei quotidiani *on line*, non sembra rappresentare un mezzo sostitutivo del quotidiano cartaceo, ma appare costituire uno strumento informativo complementare per chi ha già l'abitudine di leggere il quotidiano nella sua versione tradizionale. Nel 2006, con riferimento agli individui di età superiore agli 11 anni, coloro che non leggono quotidiani sono il 37,7%, quelli che leggono quotidiani in formato solo cartaceo sono circa il 53%, esclusivemente su Internet lo 0,9%, mentre l'8,4% legge quotidiani sia cartacei che *on line*.⁷⁴ La natura di mezzo informativo *on line* quale "supporto" di quello cartaceo sembra emergere anche con riguardo alle diverse modalità di consultazione delle testate elettroniche, dove il 64% dei lettori *on line* leggono i soli titoli della *home page*, mentre solo il 13% naviga nelle pagine di approfondimenti tematici e poco più del 10% fa utilizzo degli archivi. ⁷⁵

In questo contesto, sono rilevanti le strategie di prezzo per evitare il cosiddetto "channel spill-over", ossia il passaggio dei lettori dalla carta all'on line. Generalmente, il modello sottostante l'editoria quotidiana on line è di accesso gratuito ai
contenuti standard generalisti, a fronte di accessi a pagamento per gli specifici contenuti, in maniera più o meno aggregata e congiunta (abbonamenti, approfondimenti, informazioni, archivi), dal momento che l'introduzione di barriere all'ingres-

⁷⁴ Fonte: ISTAT "L'uso dei media e del cellulare in Italia", Ed. 2008.

⁷⁵ Istat, cit.

so sull'informazione *on line* provoca una caduta immediata negli accessi al sito, a meno che non si tratti di informazioni a valore aggiunto difficilmente reperibili altrove.

Attualmente, la strategia degli editori italiani è di utilizzare le nuove forme di comunicazione per ampliare il proprio pubblico, grazie alle strategie di diversificazione, intraprese allo scopo di accompagnare i propri lettori nell'informazione, offrendogli prodotti e servizi a valore aggiunto accanto ai prodotti tradizionali, con l'obiettivo di diversificare i prodotti mantenendoli complementari e non sostituibili. Va, tuttavia, rilevato che nei paesi in cui l'editoria *on line* è maggiormente diffusa, come gli Stati Uniti d'America, si assiste ad una decisa flessione nella vendita di copie cartacee, tale da indurre alcuni editori, visti anche i costi crescenti della carta e per le attività di distribuzione, alla valorizzazione del prodotto elettronico a scapito di quello tradizionale.⁷⁶

In base all'analisi condotta dall'Autorità a partire dalle dichiarazioni trasmesse annualmente dalle imprese ai sensi della legge n. $650/1996^{77}$, si registra tra il 2005 ed il 2006 una lieve contrazione nel numero delle testate quotidiane censite. Con riferimento all'esercizio 2006, si conferma nel complesso una sostanziale tenuta delle copie di quotidiani vendute.

Complessivamente, sono state vendute 2.066 milioni di copie di quotidiani (tabella 1.60), con un valore medio giornaliero sui livelli dell'esercizio precedente, pari a 6.08 milioni di copie.

Tabella 1.60. Diffusione delle testate quotidiane (milioni di copie)

Copie Vendute
2.114
2.107
2.088
2.143
2.184
2.095
2.133
2.080
2.078
2.066

Fonte: elaborazioni Autorità su dati dell'Informativa economica di sistema

Al fine di completare il quadro di mercato con informazione di maggior dettaglio, si riportano i prospetti, su base nazionale ed interregionale, relativi alla tiratura delle singole testate quotidiane appartenenti ai principali gruppi editoriali. Tali dati sono riferiti all'esercizio 2007 (tabelle 1.61-1.64).

⁷⁶ A questo proposito, è interessante il recente caso della testata The Capital Times di Madison, in Wisconsin, che ha scelto di mantenere solo l'edizione on-line del quotidiano e rinunciare quindi alla versione cartacea.

⁷⁷ Si segnala che a differenza dell'analisi svolta in precedenza, in questo caso l'esame riguarda l'universo delle imprese presenti sul mercato.

Tabella 1.61. Gruppo Caltagirone

Testate	Tirature nette	Italia %	Nord Nord Ovest % Est %		Sud %
Corriere Adriatico	9.169.029	0,25		0,76	
Il Gazzettino	42.863.894	1,16	12,05	5	
Il Mattino	39.831.733	1,08			9,02
Il Messaggero	107.198.715	2,91		8,88	
Leggo	161.322.659	4,38		13,37	
Nuovo Quotidiano di Puglia	8.930.204	0,24			2,02
Quotidiano di Lecce,					
Brindisi, Taranto	500	0,00			0,00
Tuttomercato	2.231.515	0,06			0,51
Totale	371.548.249	10,09			

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

Tabella 1.62. Gruppo Editoriale l'Espresso

Testate	Tirature nette	Italia %	Nord Nor Ovest % Est		Sud %
Gazzetta di Mantova	14.238.464	0,39	0,85		
Gazzetta di Reggio	6.403.751	0,17	1,8	30	
Il Centro	10.767.529	0,29		0,89	
Il Lunedi' de La Repubblica	41.851.821	1,14		3,47	
Il mattino di Padova	13.583.045	0,37	3,8	32	
Il Piccolo	13.847.050	0,38	3,8	39	
Il Piccolo del lunedi'	2.328.350	0,06	0,6	55	
Il Tirreno	37.447.844	1,02		3,10	
La Citta'-quotidiano di					
Salerno e provincia	3.996.846	0,11			0,91
La Nuova di Venezia e Mestr	e 6.207.177	0,17	1,7	74	
La Nuova Ferrara	5.234.049	0,14	1,4	17	
La Nuova Sardegna	25.419.728	0,69			5,76
La Provincia pavese	8.550.030	0,23	0,51		
La Repubblica	237.370.463	6,45		19,67	
La Tribuna di Treviso	8.472.389	0,23	2,3	38	
Messaggero del lunedi'	3.067.112	0,08	0,8	36	
Messaggero veneto	18.764.510	0,51	5,2	27	
Nuova Gazzetta di Modena	5.566.697	0,15	1,5	56	
Totale	463.116.855	12,58			

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

Tabella 1.63. Gruppo Monti (Poligrafici editoriale)

Testate	Tirature nette	Italia %	Nord Nord Ovest % Est %	Centro %	Sud %
Il Giorno	38.924.130	1,06	2,32		
Il Resto del Carlino	75.250.812	2,04	21,15		
La Nazione	63.567.513	1,73		5,27	
Totale	177.742.455	4,83			

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

Tabella 1.64. Gruppo RCS	S					
Testate	Tirature nette	Italia %	Nord Ovest %	Nord Est %	Centro %	Sud %
City Bari	6.167.000	0,17	0,37			
City Bologna	8.189.200	0,22	0,49			
City Firenze	8.236.000	0,22	0,49			
City Genova	7.255.200	0,20	0,43			
City Milano	49.347.600	1,34	2,94			
City Napoli	13.610.000	0,37	0,81			
City Roma	42.158.714	1,15	2,51			
City Torino	17.818.800	0,48	1,06			
City Verona	3.071.000	0,08	0,18			
Corriere del Mezzogiorno	12.508.092	0,34				2,83
Corriere del Mezzogiorno						
Bari e Puglia	10.215.912	0,28				2,31
Corriere del Trentino	2.685.056	0,07		0,75		
Corriere del Veneto	21.470.314	0,58		6,03		
Corriere della sera	295.219.826	8,02	17,60			
Corriere della sera						
anteprima	14.789.975	0,40	0,88			
Corriere dell'Alto Adige	1.779.869	0,05		0,50		
La Gazzetta dello sport	192.766.260	5,24	11,49			
Mezzogiorno economia	2.001.622	0,05				0,45
Totale	709.290.440	19,26				

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

Testate quotidiane: tiratura nazionale (2007) Prospetto 1.

TESTATA	IMPRESA	TIRATURA LORDA	TIRATURA NETTA	% SUTIRATURA NETTA
24'VENTIQUATTROMINUTI	ILSOLE 24 ORE S.p.A.	75.772.192	71.367.637	1,94
ALTOADIGE/CORRIEREDELLEALPI/TRENTINO	S.E.T.A SOCIETA' EDITRICE TIPOGRAFICA ALTESINA SOCIETA' BEP A ZIONI (in ciala S. F.T.A. S. P.A.)	17 186 922	16 281 425	0 44
ARTIGIANATO E PICCOLA-MEDIA I. DELL'E.R.	EDITORIALE ARTIGIDANATO E PICCOLA IMPRESA EMITA POMAGNA C. P. 1	1 2/0 120	1 165 678	0,03
AVVENIRE	AVVENIRE NUOVA EDITORIALE ITALIANA S. b.A.	48.842.918	46.203.784	1,25
BRESCIAOGGI	EDIZIONI BRESCIA S.p.A.	6.810.641	5.972.700	0,16
BUONGIORNO CAMPANIA	DOSSIER SOC. COOP. D'INF. SERV. E PUBB. RELAZ.	895.110	895.110	0,02
CITY BARI	CITY ITALIA S.p.A.	7.436.669	6.167.000	0,17
CITY BOLOGNA	CITY ITALIA S.p.A.	8.688.500	8.189.200	0,22
CITY FIRENZE	CITY ITALIA S.p.A.	8.600.703	8.236.000	0,22
CITY GENOVA	CITY ITALIA S.p.A.	7.519.212	7.255.200	0,20
CITY MILANO	CITY MILANO S.p.A.	50.940.673	49.347.600	1,34
CITY NAPOLI	CITY ITALIA S.p.A.	16.180.621	13.610.000	0,37
CITY ROMA	CITY ITALIA S.p.A.	43.796.385	42.158.714	1,15
CITY TORINO	CITY ITALIA S.p.A.	18.739.821	17.818.800	0,48
CITY VERONA	CITY ITALIA S.p.A.	3.435.050	3.071.000	80′0
CONQUISTE DEL LAVORO	CONQUISTE DEL LAVORO S.r.l	19.190.860	19.190.860	0,52
CORRIERE	COOPERATIVA EDITORIALE GIORNALI ASSOCIATI A R.L.	5.044.600	5.044.600	0,14
CORRIERE ADRIATICO	SOCIETA' EDITORIALE ADRIATICA S.p.A.	11.020.053	9.169.029	0,25
CORRIERE DEL GIORNO DI PUGLIA E LUCANIA	COOPERATIVA	3.716.566	3.612.876	0,10
CORRIERE DEL MEZZOGIORNO	EDITORIALE DEL MEZZOGIORNO S.r.I	13.420.081	12.508.092	0,34
CORRIERE DEL MEZZOGIORNO - BARI E PUGLIA	EDITORIALE DEL MEZZOGIORNO S.r.l	10.661.481	10.215.912	0,28
CORRIERE DEL TRENTINO	EDITORIALE TRENTINO ALTO ADIGE S.R.L.	2.974.021	2.685.056	0,07
CORRIERE DEL VENETO	EDITORIALE VENETO S.r.l	22.795.383	21.470.314	0,58
CORRIERE DELLA SERA	R.C.S. EDITORI S.P.A.	311.767.327	295.219.826	8,02
CORRIERE DELLA SERA - Anteprima	R.C.S. EDITORI S.P.A.	15.824.717	14.789.975	0,40
CORRIERE DELL'ALTO ADIGE	EDITORIALE TRENTINO ALTO ADIGE S.R.L.	2.135.908	1.779.869	0,05
CORRIERE DELLO SPORT STADIO	CORRIERE DELLO SPORT S.R.L.	154.079.917	145.044.226	3,94
CORRIERE DI CASERTA	LIBRA EDITRICE PICCOLA SOC. COOP. A R.L.	5.439.959	4.853.248	0,13
CORRIERE DI COMO	EDITORIALE S.r.l.	4.252.800	4.252.800	0,12
CORRIERE MERCANTILE	GIORNALISTI E POLIGRAFICI COOP. R.L.	5.212.166	4.391.352	0,12
CRONACA	EDITORIALE ARGO SOCIETA' COOPERATIVA	20.600.896	20.128.232	0,55
CRONACHE DI LIBERAL	EDIZIONI DEL MEZZOGIORNO S.r.l	4.378.273	3.521.160	0,10
CRONACHE DI NAPOLI	LIBRA EDITRICE PICCOLA SOC. COOP. A R.L.	6.520.155	5.879.651	0,16
DEMOCRAZIA CRISTIANA	BALENA BIANCA PICCOLA SCARL	1.050.000	1.050.000	0,03
DIE NEUE SUEDTIROLER TAGESZEITUNG	DIE NEUE SUEDTIROLER TAGESZEITUNG S.r.I "G.M.B.H"	3.029.024	2.940.800	80′0
DOLOMITEN	ATHESIA DRUCK S.r.l.	17.843.097	16.779.446	0,46
EPolis	E POLIS S.p.A.	143.719.952	125.373.642	3,41
EDITORIALE OGGI	NUOVA EDITORIALE OGGI S.r.l	7.699.041	7.699.041	0,21
EUROPA	EDIZIONI DLM EUROPA	14.589.993	13.091.764	98'0
GAZETA SHQIPTARE	SOCIETA' P.A. EDITRICE DEL SUD - EDISUD S.p.A.	1.868.329	1.868.329	0,05
GAZZETTA ASTE E APPALTI PUBBLICI	EDITRICE S.I.F.I.C. SOCIETA' ITALIANA FINANZIARIA	1 008 180	006 180	800
OA JUNEDIA	CTOBNATICATE E COMMERCIALE S.F.I.	1.008.180	1 100 061	cu'n
GAZZETIA DEL LUNEDI	GIORNALIS II E POLIGRAFICI COOP. R.L.	1.210.323	1.108.901	0,03

TESTATA	IMPRESA	TIRATURA	TIRATURA	% SUTIRATURA NETTA
GAZZETTA DEL SUD	SOCIETA'EDITRICE SICILIANA	26.741.812	25.418.735	69'0
GAZZETTA DI MANTOVA	FINEGIL EDITORIALE S.p.A.	14.788.092	14.238.464	0,39
GAZZETTA DI REGGIO	FINEGIL EDITORIALE S.p.A.	6.539.381	6.403.751	0,17
GIORNALE DI BRESCIA	EDITORIALE BRESCIANA S.P.A.	22.153.706	22.153.706	09'0
GIORNALE DI SICILIA	GIORNALE DI SICILIA EDITORIALE POLIGRAFICA S.p.A.	33.577.689	30.140.342	0,82
IL CAMPANILE NUOVO	SOCIETA' COOPERATIVA EDITRICE IL CAMPANILE NUOVO A R. L. FINEGII EDITORIAI E S. D. A	794.307	564.476	0,02
ILCITTADINO	EDITORIALE LAUDENSE S.r.l	4.698,101	3.758.481	0,10
IL CITTADINO OGGI	EDITRICE GRAFIC COOP. SOCIETA' COOPERATIVA	16 007 600	14 400 400	0.20
TI CORRIERE	EDITORIAL E 2000 S. r.l	4 165 908	2 760 944	0,39
ILDENARO	EDIZIONI DEL MEDITERRANEO S. C. GIORNALISTICA A R. L.	2.710,074	2.489.988	0.07
ILDOMANI	T. & P. EDITORI S.r.l	2.686.000	2.434.000	0,07
IL DOMANI DI BOLOGNA	EDITORIALE BOLOGNA S.r.l	1.842.300	1.842.300	0,05
IL FOGLIO QUOTIDIANO	IL FOGLIO QUOTIDIANO SCARL	24.581.319	21.989.323	09'0
ILGAZZETTINO	SOCIETA' EDITRICE PADANA S.P.A.	45.556.915	42.863.894	1,16
ILGIORNALE	Società Europea di Edizioni S.p.A.	116.862.988	109.702.123	2,98
IL GIORNALE DELL'EMILIA ROMAGNA	GIORNALE DI REGGIO S.r.l	1.280.452	1.280.452	0,03
IL GIORNALE DELL'UMBRIA	GRUPPO EDITORIALE UMBRIA 1819 S.R.L.	2.187.200	2.187.200	90'0
IL GIORNALE DI CALABRIA	EDITORIALE'91 SCRL	269.500	269.500	0,01
IL GIORNALE DI VICENZA	SOCIETA' ATHESIS S.p.A.	19.366.342	18.434.350	0,50
IL GIORNALE NUOVO DELLA TOSCANA	SOCIETA'TOSCANA DI EDIZIONI S.p.A.	4.846.100	4.846.100	0,13
ILGIORNO	POLIGRAFICI EDITORIALE S.p.A.	45.026.829	38.924.130	1,06
ILLUNEDI' DE LA REPUBBLICA	GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO S.p.A.	43.064.686	41.851.821	1,14
IL MANIFESTO QUOTIDIANO COMUNISTA	IL MANIFESTO COOPERATIVA EDITRICE SCRL	29.450.346	27.823.278	0,76
ILMATTINO	EDI.ME. EDIZIONI MERIDIONALI S.p.A.	41.582.072	39.831.733	1,08
IL MATTINO DI PADOVA	FINEGIL EDITORIALE S.p.A.	14.131.628	13.583.045	0,37
ILMESSAGGERO	IL MESSAGGERO S.p.A.	113.955.495	107.198.715	2,91
IL NUOVO GIORNALE DI BERGAMO	BERGAMO INIZIATIVE EDITORIALI S.R.L.	1.244.500	1.082.200	0,03
IL NUOVO RIFORMISTA	EDIZIONI RIFORMISTE PIC. SOC. COOP A R.L.	8.868.230	8.868.230	0,24
ILPICCOLO	EDITORIALE FVG SOCIETA' PER AZIONI	15.789.800	13.847.050	0,38
IL PICCOLO DEL LUNEDI'	EDITORIALE FVG SOCIETA' PER AZIONI	2.420.480	2.328.350	90'0
ILQUOTIDIANO	Finanziaria Editoriale S.r.I.	8.371.505	7.850.968	0,21
IL QUOTIDIANO DEL GOLFO	Soc. Coop. a r.l. Giornalisti Stampa Locale Ischia	123.200	113.575	0,00
IL RESTO DEL CARLINO	POLIGRAFICI EDITORIALE S.p.A.	85.671.794	75.250.812	2,04
ILROMANISTA	I ROMANISTI S.r.l	6.594.848	5.637.296	0,15
ILSALERNITANO	ARCADIO società cooperativa	889.683	889.683	0,02
IL SANNIO QUOTIDIANO	PAGINE SANNITE SCRL	3.006.415	2.447.270	0,07
IL SECOLO XIX	SOCIETA' EDIZIONI E PUBBLICAZIONI S.P.A.	50.454.468	46.154.964	1,25
IL SOLE 24 ORE	ILSOLE 24 ORE S.P.A.	163.270.449	153.201.911	4,16
ILTEMPO	SOCIETA' EDITRICE IL TEMPO S.p.A.	31.695.095	28.038.961	0,76
ILTIRRENO	FINEGIL EDITORIALE S.p.A.	40.704.507	37.447.844	1,02
IMPRESA ARTIGIANA	EDITART S.r.l	37.415	37.415	0,00
INCITTA' E DINTORNI BRESCIA	NUOVA EDITORIALE S.r.l	3.646.633	3.034.900	0,08
INCITTA' E DINTORNI VICENZA	NUOVA EDITORIALE S.r.l	1.847.366	1.354.300	0,04
INCITTA' VERONA	NUOVA EDITORIALE S.r.l	3.891.774	3.409.800	60'0
ITALIA SERA	GIORNALISTI & POLIGRAFICI ASSOCIATI SCRL	973.920	814.432	0,02
ITALIAOGGI	ITALIA OGGI EDITORI ERINNE S.r.I	37.222.253	37.222.253	1,01

TESTATA	TMDDECA	TIRATURA	TIRATURA	%SUTIRATURA
A CITTA' OLIOTIDIANO DI CALEBNO E DECVINCIA		4 272 C72	2006 946	0 11
I A CRONACA	COOPERATIVA NIJOVA INFORMAZIONE A R. L.	3.682.700	3.682.700	0,11
LA DISCUSSIONE - QUOTIDIANO DELL'UDC	EDITRICE EUROPA OGGI S.r.l	3.138.700	2.855.500	80,0
LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO	SOCIETA' P.A. EDITRICE DEL SUD - EDISUD S.p.A.	25.793.083	24.440.970	0,66
LA GAZZETTA DELLO SPORT	R.C.S. EDITORI S.P.A.	205.650.009	192.766.260	5,24
LA NAZIONE	POLIGRAFICI EDITORIALE S.p.A.	73.009.232	63.567.513	1,73
I A NIJOVA DI VENEZIA E MESTRE	FINEGII EDITORIALES.n.A.	6.938.787	6.207.177	0.17
LANUOVA FERRARA	FINEGIL EDITORIALE S.p.A.	5.363.318	5.234.049	0,14
LA NUOVA SARDEGNA	EDITORIALE LA NUOVA SARDEGNA S.p.A.	26.373.781	25.419.728	69,0
LA PADANIA - LA VOCE DEL NORD	EDITORIALE NORD Soc. Coop. a r.l.	19.375.190	18.630.293	0,51
LA PREALPINA	LA PREALPINA S.r.l	9.483.206	7.895.852	0,21
LA PROVINCIA	LA PROVINCIA DI COMO EDITORIALE S.p.A.	21.834.352	20.058.038	0,54
LA PROVINCIA	S.E.C. SOCIETA' EDITORIALE CREMONESE S.p.A.	10.190.069	10.190.069	0,28
LA PROVINCIA PAVESE	E.A.G. S.p.A.	9.025.800	8.550.030	0,23
LA PROVINCIA QUOTIDIANO	EFFE COOPERATIVA EDITORIALE A R.L.	3.740.890	3.740.890	0,10
LA REPUBBLICA	GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO S.p.A.	244.895.975	237.370.463	6,45
LA SICILIA	DOMENICO SANFILIPPO EDITORE S.p.A.	29.942.127	28.610.841	0,78
LASTAMPA	EDITRICE LA STAMPA S.p.A.	159.724.107	152.631.644	4,15
LA TRIBUNA DI TREVISO	FINEGIL EDITORIALE S.p.A.	8.874.663	8.472.389	0,23
	EDITORIALE LA VERITA' SOC. COOP. GIORNALISTICA A R. L.	1.950.041	1.421.719	0,04
LA VOCE DELLA CITTÀ TARANTO LE NEWS DELLA SERA	L'EDITORIALE S.R.L.	1.612.855	1.423.300	0,04
LA VOCE DI CERVETERI	IMPEGNO SOCIALE PICCOLA SOC. COOP GIORN. A R.L.	926.660	796.338	0,02
LA VOCE DI MANTOVA	VIDIEMMESCARL	1.865.300	1.865.300	0,05
LA VOCE DI ROMAGNA	EDITRICE LA VOCE S.r.l	5.514.900	4.051.189	0,11
LA VOCE NUOVA	COOPERATIVA EDITORIALE INFORMAZIONE STAMPA C.E.I.S. SOC. COOP. ARL	2.924.641	2.207.048	90'0
LA VOCE REPUBBLICANA	NUOVE POLITICHE EDITORIALI PICC. SOC. COOP GIORN. ARL	568.410	353.600	0,01
L'ADIGE	S.I.E. S.P.A. SOCIETA' INIZIATIVE EDITORIALI	11.612.452	11.272.129	0,31
L'AGENZIA DI VIAGGI	LIBERI EDITORI S.r.I	639.783	639.783	0,02
L'ALTRO FAX	EDIGIORNALISTI - SOCIETA' COOPERATIVA GIORNALISTICA A R.L.	313.100	313.100	0,01
LARENA	SOCIETA' ATHESIS S.p.A.	22.484.489	21.373.070	0,58
L'AVANTI!	INTERNATIONAL PRESS SCRL	3.976.677	3.535.344	0,10
LAVVISATORE MARITTIMO	L'AVVISATORE MARITTIMO S.r.I	431.700	321.984	0,01
L'ECO DI BERGAMO	SASAAB S.p.A.	23.612.481	22.927.973	0,62
LEGGO	SIGMA EDITORIALE S.p.A.	170.958.041	161.322.659	4,38
LIBERAZIONE GIORNALE COMUNISTA	M.R.C. S.r.l	20.391.648	18.550.424	0,50
LIBERTA', LIBERTA'LUNEDI'SETTIMO NUMERO DI LIBERTA	STABILIMENTO TIPOGRAFICO PIACENTINO SAPA	13.631.630	12.825.609	0,35
LO SPORTSMAN CAVALLI & CORSE	COEDIP SCRL	8.461.581	7.099.436	0,19
L'OPINIONE DELLE LIBERTA'	AMICI DE L'OPINIONE SOC. COOP. GIORN. A R. L.	1.608.763	1.078.784	0,03
L'UMANITA'	EDIZIONI RIFORMISTE SCRL	546.624	471.255	0,01
L'UNIONE SARDA	L'UNIONE SARDA S.p.A.	30.281.590	28.968.026	0,79
L'UNITA'	NUOVA INIZIATIVA EDITORIALE S.p.A.	49.856.033	44.621.635	1,21
MESSAGGERO DEL LUNEDI'	EDITORIALE FVG SOCIETA' PER AZIONI	3.338.912	3.067.112	80′0
MESSAGGERO VENETO	EDITORIALE FVG SOCIETA' PER AZIONI	20.478.748	18.764.510	0,51
METRO	EDIZIONI METRO S.r.l	151.653.184	147.743.900	4,01
METROPOLI DAY (GIA' METROPOLI)	SETTE MARI PICCOLA SCARL	717.500	717.500	0,02
METROPOLIS	STAMPA DEMOCRATICA 95 SCRL	3.412.467	3.246.143	60'0

TESTATA	IMPRESA	TIRATURA	TIRATURA NETTA	% SUTIRATURA NETTA
MEZZOGIORNO ECONOMIA	EDITORIALE VESUVIO S.r.l	2.158.639	2.001.622	0,05
MF MILANO FINANZA	MILANO FINANZA EDITORI S.P.A.	20.913.929	20.913.929	0,57
NOTIZIE VERDI (AGENZIA QUOTIDIANA				
DI INFORMAZIONE DEI VERDI ITALIANI)	UNDICIDUE S.r.l	5.245.900	5.245.900	0,14
NUOVA GAZZETTA DI CASERTA	EDIZIONI GIORNALI QUOTIDIANI PICCOLA SOC: COOP. A.R.L.	1.641.240	1.166.684	0,03
NUOVA GAZZETTA DI MODENA	FINEGIL EDITORIALE S.p.A.	5.784.976	5.566.697	0,15
NUOVO CORRIERE BARISERA	EDITORIALE GIORNALISTI ASSOCIATI SCRL	781.020	546.012	0,01
NUOVO OGGI	EDITORIALE CIOCIARIA OGGI S.r.l	3.772.034	3.772.034	0,10
NUOVO QUOTIDIANO DI PUGLIA	ALFA EDITORIALE S.r.l	9.776.904	8.930.204	0,24
OPINIONE NUOVE LIBERO QUOTIDIANO	C.E.L. COOPERATIVA EDITORIALE LIBERO PICCOLA S.C.R.L.	80.731.628	72.672.166	1,97
ORE 12	CENTRO STAMPA REGIONALE SOC. COOP A R.L.	457.177	380.103	0,01
OTTOPAGINE	L'APPRODO S.r.l	1.690.861	1.690.861	0,05
PRIMORSKI DNEVNIK	PRAE - PROMOZIONE ATTIVITA' EDITORIALE S.r.I	3.349.894	3.196.955	60′0
PUGLIA PRESS (GIA' MARTINA SERA)	PROMOSET S.r.l.	1.393.000	1.393.000	0,04
PUGLIA QUOTIDIANO DI VITA REGIONALE	ESSEPI S.C. A.R.L.	1.869.028	1.814.590	0,05
QUOTIDIANO DELLE REGIONI	EDITORIALE ABRUZZO SOC. COOP.	836.795	836.795	0,02
QUOTIDIANO DI FOGGIA E BARI	EDITORIALE NUOVA COMUNICAZIONE S.r.I	7.800.000	6.800.000	0,18
QUOTIDIANO DI LECCE, BRINDISI, TARANTO	ALFA EDITORIALE S.r.l	1.580	200	00'0
QUOTIDIANO DI SICILIA	EDISERVICE S.r.l	6.730.317	6,406,169	0,17
RINASCITA	RINASCITA SOC. COOP. ED A R.L.	5.254.170	4.269.500	0,12
ROMA	EDIZIONI DEL ROMA SOC. COOP A R. L.	7.019.602	6.389.742	0,17
SCUOLA E INSEGNANTI	EDITORIALE BM ITALIANA S.r.l	250.000	250.000	0,01
SCUOLA SNALS	EDITORIALE BM ITALIANA S.r.l	9.627.700	9.627.700	0,26
SECOLO D'ITALIA	SECOLO D'ITALIA	7.777.594	6.454.759	0,18
SICUREZZA SOCIALE	IMPEGNO SOCIALE PICCOLA SOC. COOP GIORN. A R.L.	926.660	796.338	0,02
STAFFETTA QUOTIDIANA	RIP RIVISTA ITALIANA PETROLIO S.R.L.	439.200	373.440	0,01
TUTTOMERCATO	ALFA EDITORIALE S.r.l	2.341.753	2.231.515	90'0
TUTTOSPORT	NUOVA EDITORIALE SPORTIVA S.r.l.	75.249.034	70.896.088	1,93
		3.935.541.742 3.681.932.589	.681.932.589	100,00

Prospetto 2. Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Nord-Ovest Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia, Liguria (2007)

	IMPRESA	LORDA	NETTA	NETTA
24VENTIQUATTROMINUTI	ILSOLE 24 ORE S.P.A.	75.772.192	71.367.637	4,25
AVVENIRE	AVVENIRE NUOVA EDITORIALE ITALIANA S.p.A.	48.842.918	46.203.784	2,75
BRESCIAOGGI	EDIZIONI BRESCIA S.p.A.	6.810.641	5.972.700	96'0
CITY BARI	CITY ITALIA S.p.A.	7.436.669	6.167.000	0,37
CITY BOLOGNA	CITY ITALIA S.p.A.	8.688.500	8.189.200	0,49
CITY FIRENZE	CITY ITALIA S.p.A.	8.600.703	8.236.000	0,49
CITY GENOVA	CITY ITALIA S.p.A.	7.519.212	7.255.200	0,43
CITY MILANO	CITY MILANO S.p.A.	50.940.673	49.347.600	2,94
CITY NAPOLI	CITY ITALIA S.p.A.	16.180.621	13.610.000	0,81
CITY ROMA	CITY ITALIA S.p.A.	43.796.385	42.158.714	2,51
CITY TORINO	CITY ITALIA S.p.A.	18.739.821	17.818.800	1,06
CITY VERONA	CITY ITALIA S.p.A.	3.435.050	3.071.000	0,18
CORRIERE DELLA SERA	R.C.S. EDITORI S.P.A.	311.767.327	295.219.826	17,60
CORRIERE DELLA SERA - Anteprima	R.C.S. EDITORI S.P.A.	15.824.717	14.789.975	0,88
CORRIERE DI COMO	EDITORIALE S.r.l.	4.252.800	4.252.800	0,25
CORRIERE MERCANTILE	GIORNALISTI E POLIGRAFICI COOP. R.L.	5.212.166	4.391.352	0,26
CRONACA	EDITORIALE ARGO SOCIETA' COOPERATIVA	20.600.896	20.128.232	1,20
SAZZETTA DI MANTOVA	FINEGIL EDITORIALE S.p.A.	14.788.092	14.238.464	0,85
GIORNALE DI BRESCIA	EDITORIALE BRESCIANA S.P.A.	22.153.706	22.153.706	1,32
LCITTADINO	EDITORIALE LAUDENSE S.r.l	4.698.101	3.758.481	0,22
L FOGLIO QUOTIDIANO	IL FOGLIO QUOTIDIANO SCARL	24.581.319	21.989.323	1,31
:LGIORNALE	SOCIETA' EUROPEA DI EDIZIONI S.p.A.	116.862.988	109.702.123	6,54
ILGIORNO	POLIGRAFICI EDITORIALE S.p.A.	45.026.829	38.924.130	2,32
IL NUOVO GIORNALE DI BERGAMO	BERGAMO INIZIATIVE EDITORIALI S.R.L.	1.244.500	1.082.200	90'0
IL SECOLO XIX	SOCIETA' EDIZIONI E PUBBLICAZIONI S.P.A.	50.454.468	46.154.964	2,75
SOLE 24 ORE	ILSOLE 24 ORE S.P.A.	163.270.449	153.201.911	9,13
ITALIAOGGI	ITALIA OGGI EDITORI ERINNE S.r.I	37.222.253	37.222.253	2,22
LA CRONACA	COOPERATIVA NUOVA INFORMAZIONE A R.L.	3.682.700	3.682.700	0,22
LA GAZZETTA DELLO SPORT	R.C.S. EDITORI S.P.A.	205.650.009	192.766.260	11,49
A PADANIA - LA VOCE DEL NORD	EDITORIALE NORD SOC. COOP. a r.l.	19.375.190	18.630.293	1,11
LA PREALPINA	LA PREALPINA S.r.I	9.483.206	7.895.852	0,47
A PROVINCIA	LA PROVINCIA DI COMO EDITORIALE S.p.A.	21.834.352	20.058.038	1,20
A PROVINCIA	S.E.C. SUCIEIA EDIIORIALE CREMONESE S.P.A.	10.190.069	10.190.069	U,bI
LA PROVINCIA PAVESE	E.A.G. S.p.A.	9.025.800	8.550.030	0,51
-A STAMPA	EDITRICE LA STAMPA S.p.A.	159.724.107	152.631.644	9,10
LA VOCE DI MANTOVA	VIDIEMMESCARL	1.865.300	1.865.300	0,11
_'AVVISATORE MARITTIMO	L'AVVISATORE MARITTIMO S.r.I	431.700	321.984	0,02
L'ECO DI BERGAMO	SASAAB S.p.A.	23.612.481	22.927.973	1,37
LO SPORTSMAN CAVALLI & CORSE	COEDIP SCRL	8.461.581	7.099.436	0,42
MF MILANO FINANZA	MILANO FINANZA EDITORI S.P.A.	20.913.929	20.913.929	1,25
OPINIONE NUOVE LIBERO QUOTIDIANO	C.E.L. COOPERATIVA EDITORIALE LIBERO PICCOLA S.C.R.L.	80.731.628	72.672.166	4,33
TITTOSPORT	NI IOVA EDITODIAI E SECONTIVA S r I	75 249 034	000 200 02	CC V

Prospetto 3. Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Nord-Est Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna (2007)

TESTATA	IMPRESA	TIRATURA LORDA	TIRATURA NETTA	% SUTIRATURA NETTA
ALTOADIGE/CORRIEREDELLEALPI/TRENTINO	S.E.T.A SOCIETA' EDITRICE TIPOGRAFICA ALTESINA SOCIETA' PER AZIONI (in sigla S.E.T.A. S.p.A.)	17.186.922	16.281.425	4,58
ARTIGIANATO E PICCOLA-MEDIA I. DELL'E.R.	EDITORIALE ARTIGIANATO E PICCOLA IMPRESA EMILIA ROMAGNA SRL 1.249.170	SRL 1.249.170	1.165.678	0,33
CORRIERE	COOPERATIVA EDITORIALE GIORNALI ASSOCIATI A R.L.	5.044.600	5.044.600	1,42
CORRIERE DEL TRENTINO	EDITORIALE TRENTINO ALTO ADIGE S.r.I.	2.974.021	2.685.056	0,75
CORRIERE DEL VENETO	EDITORIALE VENETO S.r.l.	22.795.383	21.470.314	6,03
CORRIERE DELL'ALTO ADIGE	EDITORIALE TRENTINO ALTO ADIGE S.R.L.	2.135.908	1.779.869	0,50
DIE NEUE SUEDTIROLER TAGESZEITUNG	DIE NEUE SUEDTIROLER TAGESZEITUNG S.r.I. "G.M.B.H"	3.029.024	2.940.800	0,83
DOLOMITEN	ATHESIA DRUCK S.r.l.	17.843.097	16.779.446	4,72
GAZZETTA DEL LUNEDI'	GIORNALISTI E POLIGRAFICI COOP. R.L.	1.210.323	1.108.961	0,31
GAZZETTA DI REGGIO	FINEGIL EDITORIALE S.p.A.	6.539.381	6.403.751	1,80
<u>IL DOMANI DI BOLOGNA</u>	EDITORIALE BOLOGNA S.r.l.	1.842.300	1.842.300	0,52
ILGAZZETTINO	SOCIETA' EDITRICE PADANA S.P.A.	45.556.915	42.863.894	12,05
IL GIORNALE DELL'EMILIA ROMAGNA	GIORNALE DI REGGIO S.r.l.	1.280.452	1.280.452	0,36
IL GIORNALE DI VICENZA	SOCIETA' ATHESIS S.p.A.	19.366.342	18.434.350	5,18
IL MATTINO DI PADOVA	FINEGIL EDITORIALE S.p.A.	14.131.628	13.583.045	3,82
ILPICCOLO	EDITORIALE FVG SOCIETA' PER AZIONI	15.789.800	13.847.050	3,89
IL PICCOLO DEL LUNEDI'	EDITORIALE FVG SOCIETA' PER AZIONI	2.420.480	2.328.350	0,65
IL RESTO DEL CARLINO	POLIGRAFICI EDITORIALE S.p.A.	85.671.794	75.250.812	21,15
INCITTA' E DINTORNI BRESCIA	NUOVA EDITORIALE S.r.I.	3.646.633	3.034.900	0,85
INCITTA' E DINTORNI VICENZA	NUOVA EDITORIALE S.r.I.	1.847.366	1.354.300	0,38
INCITTA'VERONA	NUOVA EDITORIALE S.r.l.	3.891.774	3.409.800	96'0
LA NUOVA DI VENEZIA E MESTRE	FINEGIL EDITORIALE S.p.A.	6.938.787	6.207.177	1,74
LA NUOVA FERRARA	FINEGIL EDITORIALE S.p.A.	5.363.318	5.234.049	1,47
LA TRIBUNA DI TREVISO	FINEGIL EDITORIALE S.p.A.	8.874.663	8.472.389	2,38
LA VOCE DI ROMAGNA	EDITRICE LA VOCE S.r.l.	5.514.900	4.051.189	1,14
LA VOCE NUOVA	COOPERATIVA EDITORIALE INFORMAZIONE STAMPA			
	C.E.I.S. SOC. COOP. ARL	2.924.641	2.207.048	0,62
L'ADIGE	S.I.E. S.P.A. SOCIETA' INIZIATIVE EDITORIALI	11.612.452	11.272.129	3,17
	SOCIETA' ATHESIS S.p.A.	22.484.489	21.373.070	6,01
LIBERTA', LIBERTA' LUNEDI' SETTIMO NUMERO DI LIBERTÀ	STABILIMENTO TIPOGRAFICO PIACENTINO SAPA	13.631.630	12.825.609	3,60
MESSAGGERO DEL LUNEDI'	EDITORIALE FVG SOCIETA' PER AZIONI	3.338.912	3.067.112	98'0
MESSAGGERO VENETO	EDITORIALE FVG SOCIETA' PER AZIONI	20.478.748	18.764.510	5,27
METROPOLI DAY (GIA' METROPOLI)	SETTE MARI PICCOLA SCARL	717.500	717.500	0,20
NUOVA GAZZETTA DI MODENA	FINEGIL EDITORIALE S.p.A.	5.784.976	5.566.697	1,56
PRIMORSKI DNEVNIK	PRAE - PROMOZIONE ATTIVITA' EDITORIALE S.r.I.	3.349.894	3.196.955	06'0
		386.468.223	355.844.587	100,00

Prospetto 4. Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Centro Toscana, Marche, Umbria, Lazio, Abruzzo (2007)

TESTATA	IMPRESA	TIRATURA	TIRATURA	% SUTIRATURA NETTA
CONQUISTE DEL LAVORO	CONQUISTE DEL LAVORO S.r.l.	19.190.860	19.190.860	1,59
CORRIERE ADRIATICO	SOCIETÀ EDITORIALE ADRIATICA S.p.A.	11.020.053	9.169.029	0,76
CORRIERE DELLO SPORT STADIO	CORRIERE DELLO SPORT S.R.L.	154.079.917	145.044.226	12,02
EDITORIALE OGGI	NUOVA EDITORIALE OGGI S.r.l.	7.699.041	7.699.041	0,64
EUROPA	EDIZIONI DLM EUROPA	14.589.993	13.091.764	1,08
GAZZETTA ASTE E APPALTI PUBBLICI	EDITRICE S.I.F.I.C. SOCIETA' ITALIANA FINANZIARIA		000000000000000000000000000000000000000	0
C. C. IIATI ITAINAGAMACI IT	IMMOBILIARE E COMMERCIALE S.r.I.	1.008.180	996.180	80,0
IL CAMPANILE NOOVO	SOCIETA COOPERALIVA EDITRICETI CAMPANILE NUOVO A R.L.	794.307	564.476	0,05
ILCENIRO	FINEGIL EUI I OKIALE S. p.A.	- 1	10.767.529	98,0
IL CITTADINO OGGI	EDITRICE GRAFIC COOP. SOCIETA' COOPERATIVA DI GIORNALISTI A R.L	ᅦ	14.480.400	1,20
IL CORRIERE	EDITORIALE 2000 S.r.l.	4.165.908	2.760.944	0,23
IL GIORNALE DELL'UMBRIA	GRUPPO EDITORIALE UMBRIA 1819 S.r.L.	2.187.200	2.187.200	0,18
IL GIORNALE NUOVO DELLA TOSCANA	SOCIETA'TOSCANA DI EDIZIONI S.p.A.	4.846.100	4.846.100	0,40
IL LUNEDI' DE LA REPUBBLICA	GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO S.p.A.	43.064.686	41.851.821	3,47
IL MANIFESTO QUOTIDIANO COMUNISTA	ILMANIFESTO COOPERATIVA EDITRICE SCRL	29.450.346	27.823.278	2,31
ILMESSAGGERO	ILMESSAGGERO S.p.A.	113.955.495	107.198.715	88'8
IL NUOVO RIFORMISTA	EDIZIONI RIFORMISTE PIC. SOC. COOP A R.L.	8.868.230	8.868.230	0,73
ILROMANISTA	I ROMANISTI S.r.I.	6.594.848	5.637.296	0,47
ILTEMPO	SOCIETA' EDITRICE IL TEMPO S. p.A.	31.695.095	28.038.961	2,32
ILTIRRENO	FINEGIL EDITORIALE S.p.A.	40.704.507	37.447.844	3,10
IMPRESA ARTIGIANA	EDITART S.r.l.	37.415	37.415	00'0
ITALIA SERA	GIORNALISTI & POLIGRAFICI ASSOCIATI SCRL	973.920	814.432	0,07
LA DISCUSSIONE - QUOTIDIANO DELL'UDC	EDITRICE EUROPA OGGI S.r.l.	3.138.700	2.855.500	0,24
LA NAZIONE	POLIGRAFICI EDITORIALE S.p.A.	73.009.232	63.567.513	5,27
LA PROVINCIA QUOTIDIANO	EFFE COOPERATIVA EDITORIALE A R.L.	3.740.890	3.740.890	0,31
LA REPUBBLICA	GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO S.p.A.	244.895.975	237.370.463	19,67
LA VOCE DI CERVETERI	IMPEGNO SOCIALE PICCOLA SOC. COOP GIORN. A R.L.	926.660	796.338	70,0
L'AGENZIA DI VIAGGI	LIBERI EDITORI S.r.l.	639.783	639.783	50'0
L'AVANTI!	INTERNATIONAL PRESS SCRL	3.976.677	3.535.344	0,29
LEGGO	SIGMA EDITORIALE S.p.A.	170.958.041	161.322.659	13,37
LIBERAZIONE GIORNALE COMUNISTA	M.R.C. S.r.l.	20.391.648	18.550.424	1,54
L'OPINIONE DELLE LIBERTA'	AMICI DE L'OPINIONE SOC.COOP.GIORN. A R.L.	1.608.763	1.078.784	60'0
L'UMANITA'	EDIZIONI RIFORMISTE SCRL	546.624	471.255	0,04
L'UNITA'	NUOVA INIZIATIVA EDITORIALE S.p.A.	49.856.033	44.621.635	3,70
METRO	EDIZIONI METRO S.r.l.	151.653.184	147.743.900	12,24
NOTIZIE VERDI (AGENZIA QUOTIDIANA DI INFORMAZIONE				
DEI VERDI ITALIANI)	UNDICIDUE S.r.l.	5.245.900	5.245.900	0,43
NUOVO OGGI	EDITORIALE CIOCIARIA OGGI S.r.l.	3.772.034	3.772.034	0,31
ORE 12	CENTRO STAMPA REGIONALE SOC. COOP A R.L.	457.177	380.103	0,03
QUOTIDIANO DELLE REGIONI	EDITORIALE ABRUZZO SOC. COOP.	836.795	836.795	20'0
RINASCITA	RINASCITA SOC. COOP. ED A R.L.	5.254.170	4.269.500	0,35
SCUOLA E INSEGNANTI	EDITORIALE BM ITALIANA S.r.l.	250.000	250.000	0,02
SCUOLA SNALS	EDITORIALE BM ITALIANA S.r.l.	9.627.700	9.627.700	08'0

TESTATA	MPRESA	TIRATURA LORDA	TIRATURA NETTA	% SUTIRATURA NETTA
SECOLO D'ITALIA S	SECOLO D'ITALIA	7.777.594	6.454.759	0,53
SICUREZZA SOCIALE I	MPEGNO SOCIALE PICCOLA SOC. COOP GIORN. A R.L.	099'956	796.338	0,07
STAFFETTA QUOTIDIANA R	XIP RIVISTA ITALIANA PETROLIO S.R.L.	439.200	373.440	0,03
		1.282.383.229 1.206.816.798	1.206.816.798	100,00

Prospetto 5. Testate quotidiane: tiratura Area interregionale Sud Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna (2007)

		AGIITAGTT	TTDATIIDA	AGIITABATIIDA
TESTATA	IMPRESA	LORDA	NETTA	NETTA
BUONGIORNO CAMPANIA	DOSSIER SOC. COOP. D'INF. SERV. E PUB. RELAZ.	895.110	895.110	0,20
CORRIERE DEL GIORNO DI PUGLIA E LUCANIA	COOPERATIVA	3.716.566	3.612.876	0,82
CORRIERE DEL MEZZOGIORNO	EDITORIALE DEL MEZZOGIORNO S.r.I.	13.420.081	12.508.092	2,83
CORRIERE DEL MEZZOGIORNO - BARI E PUGLIA	EDITORIALE DEL MEZZOGIORNO S.r.I.	10.661.481	10.215.912	2,31
CORRIERE DI CASERTA	LIBRA EDITRICE PICCOLA SOC. COOP. A R.L.	5.439.959	4.853.248	1,10
CRONACHE DI LIBERAL	EDIZIONI DEL MEZZOGIORNO S.r.I.	4.378.273	3.521.160	0,80
CRONACHE DI NAPOLI	LIBRA EDITRICE PICCOLA SOC. COOP. A R.L.	6.520.155	5.879.651	1,33
DEMOCRAZIA CRISTIANA	BALENA BIANCA PICCOLA SCARL	1.050.000	1.050.000	0,24
EPolis	E POLIS S.p.A.	143.719.952	125.373.642	28,39
GAZETA SHQIPTARE	SOCIETA' P.A. EDITRICE DEL SUD - EDISUD S.p.A.	1.868.329	1.868.329	0,42
GAZZETTA DEL SUD	SOCIETA' EDITRICE SICILIANA	26.741.812	25.418.735	5,76
GIORNALE DI SICILIA	GIORNALE DI SICILIA EDITORIALE POLIGRAFICA S.p.A.	33.577.689	30.140.342	6,83
ILDENARO	EDIZIONI DEL MEDITERRANEO S. C. GIORNALISTICA A R.L.	2.710.074	2.489.988	0,56
ILDOMANI	T. & P. EDITORI S.r.l.	2.686.000	2.434.000	0,55
IL GIORNALE DI CALABRIA	EDITORIALE'91 SCRL	269.500	269.500	90'0
ILMATTINO	EDI.ME. EDIZIONI MERIDIONALI S.p.A.	41.582.072	39.831.733	9,02
ILQUOTIDIANO	FINANZIARIA EDITORIALE S.r.l.	8.371.505	7.850.968	1,78
IL QUOTIDIANO DEL GOLFO	SOC. COOP. a r.l. GIORNALISTI STAMPA LOCALE ISCHIA	123.200	113.575	0,03
ILSALERNITANO	ARCADIO SOCIETA' COOPERATIVA	889.683	889.683	0,20
IL SANNIO QUOTIDIANO	PAGINE SANNITE SCRL	3.006.415	2.447.270	0,55
LA CITTA'-QUOTIDIANO DI SALERNO E PROVINCIA	EDITORIALE LA CITTA' S.p.A.	4.322.873	3.996.846	0,91
LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO	SOCIETA' P.A. EDITRICE DEL SUD - EDISUD S.p.A.	25.793.083	24.440.970	5,54
LA NUOVA DEL SUD	ALICE MULTIMEDIALE S.r.l.	2.333.081	2.333.081	0,53
LA NUOVA SARDEGNA	EDITORIALE LA NUOVA SARD EGNA S.p.A.	26.373.781	25.419.728	5,76
LASICILIA	DOMENICO SANFILIPPO EDITORE S.p.A.	29.942.127	28.610.841	6,48
LA VERITÀ	EDITORIALE LA VERITA' SOC. COOP. GIORNALISTICA A R. L.	1.950.041	1.421.719	0,32
LA VOCE DELLA CITTÀ TARANTO LE NEWS DELLA SERA	L'EDITORIALE S.R.L.	1.612.855	1.423.300	0,32
LA VOCE REPUBBLICANA	NUOVE POLITICHE EDITORIALI PICC. SOC. COOP GIORN. ARL	568.410	353.600	80′0
L'ALTRO FAX	EDIGIORNALISTI - SOCIETA' COOPERATIVA GIORNALISTICA A R.L.	313.100	313.100	0,07
L'UNIONE SARDA	L'UNIONE SARDA S.p.A.	30.281.590	28.968.026	6,56
METROPOLIS	STAMPA DEMOCRATICA 95 SCRL	3.412.467	3.246.143	0,74
MEZZOGIORNO ECONOMIA	EDITORIALE VESUVIO S.r.l.	2.158.639	2.001.622	0,45

		TIRATURA	TIRATURA	%SUTIRATURA
TESTATA	IMPRESA	LORDA	NETTA	NETTA
NUOVA GAZZETTA DI CASERTA	EDIZIONI GIORNALI QUOTIDIANI PICCOLA SOC. COOP. A.R.L.	1.641.240	1.166.684	0,26
NUOVO CORRIERE BARISERA	EDITORIALE GIORNALISTI ASSOCIATI SCRL	781.020	546.012	0,12
NUOVO QUOTIDIANO DI PUGLIA	ALFA EDITORIALE S.r.l.	9.776.904	8.930.204	2,02
OTTOPAGINE	L'APPRODO S.r.l.	1.690.861	1.690.861	0,38
PUGLIA PRESS (GIA' MARTINA SERA)	PROMOSET S.R.L.	1.393.000	1.393.000	0,32
PUGLIA QUOTIDIANO DI VITA REGIONALE	ESSEPI S.C. A R.L.	1.869.028	1.814.590	0,41
QUOTIDIANO DI FOGGIA E BARI	EDITORIALE NUOVA COMUNICAZIONE S.r.I.	7.800.000	6.800.000	1,54
QUOTIDIANO DI LECCE, BRINDISI, TARANTO	ALFA EDITORIALE S.r.l.	1.580	200	00'0
QUOTIDIANO DI SICILIA	EDISERVICE S.r.l.	6.730.317	6,406,169	1,45
ROMA	EDIZIONI DEL ROMA SOC. COOP A R. L.	7.019.602	6.389.742	1,45
TUTTOMERCATO	ALFA EDITORIALE S.r.l.	2.341.753	2.231.515	0,51
	7	481.735.208 441.562.067	441.562.067	100,00

I periodici

Il mercato dell'editoria periodica - settimanale e mensile⁷⁸ - risulta, rispetto all'editoria quotidiana, maggiormente composito ed eterogeneo sia sotto il profilo del numero di imprese presenti, che con riferimento ai generi ed ai contenuti offerti al pubblico. Nonostante ciò, il campione di imprese considerato nella presente Relazione - relativamente al 2006 - si stima rappresentare poco meno del 60% del mercato editoriale periodico.

Come emerge anche dalle prime 20 testate settimanali e mensili per diffusione rilevate da ADS (tabella 1.65), l'editoria periodica presenta caratteristiche distintive nei due segmenti considerati. L'editoria settimanale si caratterizza per un elevato contenuto di informazione "generalista" dell'offerta, mentre nell'editoria mensile risulta più marcato l'orientamento tematico delle testate, che determina una maggiore omogeneità dei lettori di riferimento.

Tabella 1.65. Principali testate periodiche per copie vendute (graduatoria 2007)

	Testate settimanali	Testate mensili
1	Sorrisi e Canzoni TV	Focus
2	Settimanale Dipiù	Messaggero di Sant'antonio
3	Oggi	Volante (AI)
4	Dipiu' TV	Cose di Casa
5	Venerdi' di Repubblica (II)	Quattroruote
6	Corriere della Sera Magazine	Ventiquattro
7	Famiglia Cristiana	Silhouette Donna
8	Chi	Starbene
9	Donna Moderna	Am Automese
10	Telesette	Cucina Moderna
11	Panorama	Glamour
12	Io Donna	Specchio+
13	D La Repubblica delle Donne	Casa Facile
14	Gente	Ok La Salute prima di tutto
15	Espresso (L')	Cosmopolitan
16	Sport Week	Casaviva
17	Guida TV Nuova	Ragazza Moderna
18	Intimità	In Sella
19	Telepiù	Focus Junior
20	Vanity Fair	Io e il mio Bambino

Fonte: ADS

Conseguentemente, nell'editoria settimanale il peso dei ricavi pubblicitari rispetto a quello derivante dalla vendita di copie è notevolmente più contenuto rispetto a quello riscontrabile in quella mensile, dove la maggiore "specializzazione" dei lettori determina, in termini relativi, un più elevato valore degli spazi venduti. A ciò, si aggiun-

⁷⁸ Non sono incluse testate con pubblicazione diversa da quella indicata (cioè bisettimanali, quindicinali, bimestrali ecc.) che comunque si stima rappresentino un peso marginale rispetto al complesso dell'editoria periodica complessiva.

ga una maggiore stabilità degli introiti dell'editoria mensile, dovuta al maggiore peso dei ricavi da copie in abbonamento.⁷⁹

Complessivamente, nel 2007, le imprese di maggiori dimensioni dell'editoria periodica mostrano una leggera flessione dei ricavi, ma con andamenti distinti analizzando separatamente il segmento dei settimanali rispetto a quello dei mensili (tabella 1.66).

Nel primo caso, è soprattutto la flessione dei "collaterali" a determinare una significativa riduzione delle entrate (superiore al 3%), mentre nel caso dell'editoria mensile, dove la presenza dei collaterali ha un peso decisamente contenuto, la consistente crescita degli introiti pubblicitari ha trainato il fatturato complessivo, consentendo un aumento dei ricavi totali del 2,5%.

Tabella 1.66. Editoria periodica per tipologia di ricavo

	milion	i di euro	%	Var. %
	2006	2007	`07	`07/ ′06
Editoria periodica	2.162	2.138	100,0	-1,1
Vendita copie	806	773	36,1	-4,2
Pubblicità	960	1.013	47,4	5,5
Collaterali	396	352	16,5	-11,0
- di cui settimanale	1.409	1.366	100,0	-3,1
Vendita copie	501	493	36,1	-1,7
Pubblicità	537	542	39,7	0,9
Collaterali	371	331	24,2	-10,7
- di cui mensile	753	772	100,0	2,5
Vendita copie	305	280	36,2	-8,2
Pubblicità	423	471	61,0	11,3
Collaterali	25	21	2,7	-15,1

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Con riguardo all'assetto concorrenziale del mercato 80 (tabella 1.67), si conferma, in primo luogo, una maggior polverizzazione della struttura competitiva dell'editoriale nazionale rispetto a quella di altri media (tanto che l'indice di concentrazione è stabilmente al di sotto dei 2.000 punti).

In secondo luogo, il segmento dei settimanali mostra una concentrazione relativamente maggiore rispetto a quello dei mensili⁸¹. Più precisamente, le prime tre imprese editrici di testate settimanali rappresentano infatti oltre il 75% dei ricavi complessivi (e l'indice di concentrazione risulta superiore a 2.100).

Nel caso dei mensili, tale quota scende a meno del 55% (ed in questo caso l'indice di concentrazione scende a circa 1.300).

⁷⁹ Nel 2007, stante le testate monitorate da ADS, 25% delle copie vendute era rappresentato dagli abbonamenti, contro il 14% dei settimanali e l'8,7% dei quotidiani.

⁸⁰ Relativamente ai 15 gruppi editoriali oggetto della rilevazione.

⁸¹ Come nel caso dell'editoria quotidiana, i valori dell'HHI sovrastimano la concentrazione reale del mercato in quanto calcolati soltanto sul campione delle imprese di maggiori dimensione e non sull'universo degli operatori.

Tabella 1.67. Quote di mercato nell'editoria periodica, settimanale e mensile (%)

	Editoria	periodica	di cui se	ttimanale	di cui r	nensile
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Arnoldo Mondadori	32,6	32,2	39,7	39,7	19,2	18,9
RCS Mediagroup	21,6	21,3	21,9	22,6	20,8	19,1
Gruppo l'Espresso	10,5	9,6	14,6	13,0	2,7	3,6
Condè Nast	7,8	8,9	3,7	4,9	15,6	16,1
Hachette Rusconi	5,1	5,9	4,9	4,2	5,5	8,8
Altri	22,4	22,1	15,0	15,6	36,2	33,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Herfindahl-Hirschmann						
Index	1.863	1.832	2.387	2.386	1.503	1.388

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali

Infine, per quanto concerne l'analisi delle posizioni di mercato dei tre principali gruppi editoriali italiani - RCS Mediagroup, Gruppo l'Espresso e Arnoldo Mondadori - le diverse strategie editoriali adottate hanno influito sulle quote di mercato che tali gruppi registrano nei due segmenti considerati. Così, se RCS Mediagroup detiene, sia nei settimanali che nei mensili, quote relativamente simili ed elevate (in entrambi i casi intorno al 20%), Arnoldo Mondadori si caratterizza per una forte presenza nei settimanali (circa il 40% di quota) se rapportato ai mensili (meno del 20%), ed il Gruppo l'Espresso assume un rilievo minore nei mensili (sotto il 5%), mentre detiene una posizione di rilievo nei settimanali (inferiore al 15%).

■ 1.2.5. La pubblicità

In considerazione della rilevanza che le risorse pubblicitarie rivestono quale fonte di finanziamento dei mezzi di informazione in Italia, appare utile fornire, in analogia con quanto mostrato nella scorsa Relazione, una sintetica rappresentazione delle principali dinamiche del mercato pubblicitario nel mondo, la cui illustrazione consente di meglio identificare le peculiarità del mercato domestico.

Il contesto internazionale ed europeo

Nel 2007 il mercato è cresciuto di oltre il 6% superando i 316 miliardi di dollari (tabella 1.68), con dinamiche differenziate nelle diverse aree geografiche considerate. In particolare, il dinamismo mostrato dall'Europa è dovuto prevalentemente ai risultati ottenuti dell'Est Europeo (+19%) mentre nell'area asiatica, a fronte di un mercato giapponese sostanzialmente invariato (+0,7%), il mercato indiano e quello cinese mostrano mediamente una crescita del 22%, per un valore complessivo che ha raggiunto i 16,4 miliardi di euro.

Tabella 1.68. Investimenti pubblicitari mondiali per area geografica 82

		i di euro	% `06	% `07	Var. %
	2006	2007	06	07	`07/′06
Nord America	132,7	136,2	41,5	40,1	2,7
Europa	93,2	100,0	29,2	29,5	7,3
Asia/Pacifico	67,1	72,4	21,0	21,3	7,9
America Latina	16,6	18,7	5,2	5,5	12,8
Africa/Resto del mondo	9,8	12,2	3,1	3,6	23,6
Totale	319,4	339,5	100,0	100,0	6,3

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Zenith Optimedia

L'analisi dell'andamento del mercato per mezzo utilizzato (tabella 1.69), mostra un contenuto aumento del 2,3% per l'editoria quotidiana e periodica, che tuttavia nel 2007, con poco meno del 40% del mercato complessivo, vede confermare la stampa quale principale canale pubblicitario.

Tabella 1.69. Investimenti pubblicitari mondiali per mezzo

miliard 2006	i di euro 2007	% `06	% `07	Var. % '07/'06
130,7	133,7	40,9	39,4	2,3
119,9	127,5	37,5	37,6	6,4
26,4	27,5	8,3	8,1	4,1
1,3	1,5	0,4	0,4	12,5
19,8	21,5	6,2	6,3	8,3
21,3	27,8	6,7	8,2	30,7
319,4	339,5	100,0	100,0	6,3
	2006 130,7 119,9 26,4 1,3 19,8 21,3	130,7 133,7 119,9 127,5 26,4 27,5 1,3 1,5 19,8 21,5 21,3 27,8	2006 2007 '06 130,7 133,7 40,9 119,9 127,5 37,5 26,4 27,5 8,3 1,3 1,5 0,4 19,8 21,5 6,2 21,3 27,8 6,7	2006 2007 '06 '07 130,7 133,7 40,9 39,4 119,9 127,5 37,5 37,6 26,4 27,5 8,3 8,1 1,3 1,5 0,4 0,4 19,8 21,5 6,2 6,3 21,3 27,8 6,7 8,2

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Zenith Optimedia

Nell'ambito degli investimenti sul mezzo televisivo, in particolare, Stati uniti e Giappone non presentano variazioni consistenti, mentre nella crescita europea (4,5%) le maggiori economie continentali83 segnano un aumento medio del 2,5% circa, mentre i paesi dell'Europa centrale e dell'Est, come accennato, mostrano un incremento nell'ordine del 20%.

Allo stesso tempo, nella crescita mondiale della pubblicità esterna si segnala il dinamismo cinese, dove si dirigono circa il 14% degli investimenti pubblicitari complessivi, valore equivalente a quanto riscontrabile in Giappone.

Anche nel 2007 Internet si conferma il mezzo maggiormente dinamico e, con una crescita superiore al 30%, arriva a rappresentare oltre l'8% degli investimenti pubblicitari mondiali.

⁸² I dati, originariamente indicati in dollari statunitensi, sono stati espressi in euro utilizzando il tasso di cambio medio euro/dollaro statunitense rilevato dall'Ufficio italiano cambi (1,37048). I valori relativi al 2006 non risultano pertanto omogenei con quanto indicato nella scorsa Relazione al Parlamento.

⁸³ Italia, Francia, Germania, Spagna, Regno Unito.

Nel 2007, tra i principali paesi extraeuropei, negli Stati Uniti gli investimenti su Internet hanno sfiorato i 12 miliardi di euro, mentre in Giappone, sebbene abbiano segnato una crescita inferiore al 25% rappresentano il 12,4% della spesa complessiva in pubblicità.

Di particolare significato appaiono i risultati del mercato cinese, dove gli investimenti su Internet con una crescita superiore al 40% hanno sfiorato il valore di un miliardo di euro, che risulta solo di poco inferiore a quello fatto segnare complessivamente dai corrispondenti investimenti in Italia e Germania. Inoltre appare di rilievo evidenziare come in Cina gli investimenti su questo mezzo abbiano rappresentato nel 2007 l'8,4% del totale, valore superiore alla media internazionale (8,2%).

L'analisi degli investimenti europei per mezzo (tabella 1.70) mostra una crescita notevolmente contenuta del settore dell'editoria quotidiana e periodica, che perde circa 1,5 punti in termini di quota percentuale. Allo stesso tempo si evidenziano pochi scostamenti nelle quote degli altri mezzi, mentre per Internet il notevole incremento intervenuto nello scorso anno lo ha portato a rappresentare oltre il 9% del mercato pubblicitario europeo.

Tabella 1.70. Investimenti pubblicitari europei per mezzo 84

TV 23,6 24,7 31,3 31,3 4,4 Radio 4,3 4,5 5,7 5,6 3,9 Cinema 0,6 0,6 0,8 0,8 3,4 Affissioni esterne 4,8 5,1 6,4 6,4 4,7 Internet 5,8 7,3 7,6 9,3 27,6						Var. % `07/'06
Radio 4,3 4,5 5,7 5,6 3,9 Cinema 0,6 0,6 0,8 0,8 3,4 Affissioni esterne 4,8 5,1 6,4 6,4 4,7 Internet 5,8 7,3 7,6 9,3 27,6	Stampa	36,4	36,8	48,2	46,6	1,1
Cinema 0,6 0,6 0,8 0,8 3,4 Affissioni esterne 4,8 5,1 6,4 6,4 4,7 Internet 5,8 7,3 7,6 9,3 27,6	TV	23,6	24,7	31,3	31,3	4,4
Affissioni esterne 4,8 5,1 6,4 6,4 4,7 Internet 5,8 7,3 7,6 9,3 27,6	Radio	4,3	4,5	5,7	5,6	3,9
Internet 5,8 7,3 7,6 9,3 27,6	Cinema	0,6	0,6	0,8	0,8	3,4
	Affissioni esterne	4,8	5,1	6,4	6,4	4,7
Totale 75,5 79,0 100,0 100,0 4,6	Internet	5,8	7,3	7,6	9,3	27,6
	Totale	75,5	79,0	100,0	100,0	4,6

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Zenith Optimedia

Con riferimento alla distribuzione delle risorse pubblicitarie sui diversi canali relativamente ad alcuni paesi europei ed extraeuropei (tabella 1.71) si evidenzia la peculiarità del mercato italiano che presenta, rispetto ai paesi considerati, tre specificità.

In primo luogo emerge come, ad esclusione del Giappone, in Italia il peso della stampa risulti quello più contenuto, mentre allo stesso tempo è l'unico paese tra quelli considerati dove la televisione assorbe ben oltre il 50% delle risorse complessive. Allo stesso tempo, eccetto l'India, Internet risulta, con poco più del 3% degli investimenti, il mezzo meno utilizzato dagli investitori pubblicitari, valore che risulta di gran lunga inferiore a quanto emerge, in particolare, per la Francia, il Giappone e soprattutto per il Regno unito, dove poco meno di un quinto dell'intera pubblicità è veicolata attraverso la rete.

I mercati pubblicitari dei principali paesi industrializzati sono stati analizzati anche in rapporto agli specifici contesti demografici e macroeconomici.

⁸⁴ Sono inclusi: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Irlanda, Italia, Paesi Bassi, Norvegia, Portogallo, Spagna, Svezia, Svizzera, Regno Unito.

Tabella 1.71. Investimenti pubblicitari per paese/mezzo nel 2007 (%)

	Stampa	TV	Radio	Cinema	Esterna	Internet	Totale
Paesi Europei							
Italia	32,5	53,1	6,9	0,7	3,6	3,2	100,0
Francia	34,7	34,1	7,5	0,9	10,6	12,2	100,0
Germania	61,9	24,2	4,1	0,7	4,9	4,2	100,0
Spagna	33,3	44,3	8,6	0,5	7,2	6,1	100,0
Regno Unito	42,9	26,7	3,7	1,4	6,6	18,7	100,0
Paesi extraeuropei							
Stati Uniti	42,2	32,8	11,8	0,3	3,9	9,0	100,0
Giappone	28,9	41,2	3,4	0,5	13,6	12,4	100,0
India	52,7	38,0	1,9	1,2	5,0	1,2	100,0
Cina	32,6	39,1	5,5	0,5	13,9	8,4	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Zenith Optimedia

Con riferimento alla spesa pubblicitaria per abitante (tabella 1.72) l'Italia mostra l'importo più contenuto tra quelli evidenziabili per i paesi considerati, mentre allo stesso tempo il livello della spesa unitaria sul mezzo televisivo risulta nettamente superiore a quella riscontrabile per Francia e Germania, e per i paesi per i quali si osserva sul mezzo televisivo una spesa superiore a quella italiana, va considerato che ciò avviene in un contesto di spesa pubblicitaria complessiva di importo assai superiore a quella italiana, come nel caso degli Stati Uniti e del Giappone.

Tabella 1.72. Spesa pubblicitaria per abitante nel 2007 (euro)

	Stampa	TV	Radio	Cinema	Esterna	Internet	Totale
Italia	49	80	11	1	5	5	151
Francia	56	55	12	1	17	20	162
Germania	130	51	9	1	10	9	210
Spagna	59	78	15	1	13	11	176
Regno Unito	131	81	11	4	20	57	304
Stati Uniti	170	132	48	1	16	36	402
Giappone	68	97	8	1	32	29	236

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Zenith Optimedia

Allo stesso tempo, rapportando il valore del mercato pubblicitario al Prodotto Interno Lordo (tabella 1.73), per il 2007 emerge come il valore relativo all'Italia, ad esclusione di quello francese, sia nettamente il più contenuto (0,59%). Ciò, da una parte, potrebbe essere dovuto alla specificità del tessuto produttivo italiano caratterizzato dalla massiccia presenza di imprese di ridotte dimensioni con contenuta capacità di spesa, ma allo stesso tempo lo scarto osservabile con gli altri paesi potrebbe anche testimoniare potenzialità ancora inespresse rispetto alla ricchezza prodotta.

Tabella 1.73. Investimenti pubblicitari in rapporto al Prodotto Interno Lordo nel 2007 (%)

Italia	0,59
Francia	0,55
Germania	0,72
Spagna	0,75
Regno Unito	0,92
Stati Uniti	1,30
Giappone	0,93

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Zenith Optimedia

Il confronto internazionale fornisce, relativamente alle principali caratteristiche del mercato pubblicitario italiano, alcune evidenze che sembrano confermare, e risultano coerenti, con alcune delle indicazioni emerse nell'ambito delle analisi relative ai settori delle telecomunicazioni, della televisione dell'editoria85:

- i) la scarsa penetrazione della larga banda connessa anche, al minore utilizzo delle tecnologie ICT riscontrabile in Italia rispetto agli altri *partners* europei penalizza Internet quale veicolo informativo e pertanto quale canale per veicolare le risorse pubblicitarie delle imprese;
- ii) i contenuti livelli di diffusione della stampa in Italia si traducono negativamente sul grado di attrazione del mezzo;
- iii) la televisione, quale principale mezzo di informazione utilizzato dagli italiani, continua a rappresentare, anche se in un contesto di progressiva differenziazione dei mezzi e delle piattaforme utilizzate dai media, il principale canale pubblicitario.

Il mercato italiano in dettaglio

Gli investimenti pubblicitari crescono nel 2007 mediamente di poco più del 5% raggiungendo gli 8,6 miliardi di euro (tabella 1.74)86. A tale risultato concorrono, in particolare, i risultati ottenuti dalla *free press*, che aumenta la raccolta di circa 100 milioni e dagli investimenti su Internet, mentre il mezzo televisivo - pur continuando a rappresentare poco meno del 55% degli investimenti, registra una crescita nettamente inferiore al valore medio.

⁸⁵ Cfr paragrafi 1.2.1, 1.2.2, e 1.2.4.

⁸⁶ Si precisa che i dati esposti nella tabella e le successive elaborazioni danno luogo a risultati analoghi ma non omogenei con quanto contenuto nelle tabelle precedenti ed in particolare nella tabella 4, dove i dati provengono da diversa fonte (Zenith Optimedia).

Allo stesso tempo, si precisa che gli investimenti pubblicitari rilevati da Nielsen fanno riferimento all'intera spesa pubblicitaria sostenuta dalle imprese. Pertanto sono inclusi tutti i soggetti coinvolti nella distribuzione della spesa complessiva come ad esempio, i testimonial televisivi e le risorse interne delle imprese destinate a tali attività. Pertanto, i dati non sono confrontabili né con quelli rilevati nell'ambito della valorizzazione economica del SIC per l'anno 2006, che attengono ai ricavi conseguiti dalle imprese appartenenti agli specifici settori in determinate categorie di ricavo "cfr paragrafo 2.9", né con quelli specificamente indicate nei paragrafi 1.2.2. e 1.2.4 che attengono, anche in questo caso, agli specifici ricavi delle principali imprese del settore, alle quali sono state richieste alcune specifiche informazioni nell'ambito della predisposizione della presente Relazione al Parlamento.

Tabella 1.74. Investimenti pubblicitari in Italia per mezzo

	milioni	milioni di euro		%	Var. %
	2006	2007	'06	`07	`07/′06
Televisione	4.599	4.720	56,2	54,9	2,6
Stampa	2.669	2.819	32,6	32,8	5,6
di cui quotidiana	1.342	1.363	16,4	15,8	1,6
di cui "free press"	31	128	0,4	1,5	310,1
di cui periodica	1.296	1.329	15,8	15,4	2,5
Radio	441	478	5,4	5,6	8,2
Outdoor	197	234	2,4	2,7	18,7
Cinema	76	70	0,9	0,8	-8,4
Internet	198	282	2,4	3,3	42,7
Totale	8.180	8.603	100,0	100,0	5,2

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Nielsen Media Research

L'analisi degli investimenti pubblicitari dei principali settori merceologici (tabella 1.75) mostra andamenti notevolmente differenziati dove, in particolare, l'abbigliamento ed i prodotti finanziari e assicurativi segnano una crescita rispettivamente del 21% e 12% circa, mentre i segmenti merceologici di minori dimensioni registrano una crescita notevolmente superiore alla media.

Tabella 1.75. Investimenti pubblicitari in Italia per settore merceologico

	milio	milioni di euro	
	2006	2007	`07/ ′06
Alimentari	1.112	1.111	-0,1
Automobili	1.004	1.028	2,4
Telecomunicazioni	695	752	8,2
Abbigliamento	491	593	20,9
Bevande/Alcolici	490	473	-3,5
Media/Editoria	486	472	-2,9
Finanza/Assicurazioni	385	430	11,8
Cura Persona	358	381	6,5
Distribuzione	318	321	1,1
Toiletries	316	317	0,3
Abitazione	304	317	4,4
Gestione Casa	299	309	3,3
Farmaceutici/Sanitari	237	260	9,6
Altre categorie	1.686	1.838	9,0
Totale	8.180	8.603	5,2

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Nielsen Media Research

Con riferimento alla composizione merceologica degli investimenti pubblicitari sui singoli mezzi (tabelle 1.76 e 1.77), i prodotti alimentari, il settore automobilistico, le telecomunicazioni, l'abbigliamento, le bevande e alcolici, rappresentano i principali settori, e rappresentano nel 2007 circa il 46% degli investimenti complessivi, valore sostanzialmente invariato rispetto al 2006.

Riguardo all'utilizzo dei singoli mezzi, la televisione risulta il mezzo maggiormente specializzato, con solo il 10% degli investimenti provenienti da settori non evidenziati in dettaglio. Poco meno di un quarto degli investimenti sulla radio - mezzo particolarmente ascoltata nelle auto - è rappresentato dal comparto automobilistico, che rappresenta una quota equivalente (24,8%) della spesa indirizzata al cinema, mentre l'abbigliamento è particolarmente concentrato nell'editoria periodica dove, anche se tradizionalmente sono presenti numerose testate rivolte al pubblico femminile, risulta in crescita l'offerta editoriale rivolta al *target* maschile.

E' da evidenziare come le categorie di minori dimensioni, che nel 2006 rappresentavano più del 52% degli investimenti su Internet, nel 2007 scendano di oltre 7 punti percentuali. Il maggiore indice di concentrazione degli investimenti nella rete da parte dei principali settori merceologici sembra testimoniare come Internet stia iniziando ad essere considerato un efficace veicolo pubblicitario.

Tabella 1.76. Investimenti pubblicitari: mezzo per categorie merceologiche (2007 in %)

	Media	TV	Radio	Quotidiani	Free press	Periodici	Esterna	Cinema	Internet
Alimentari	12,9	19,8	6,9	2,1	1,6	5,9	7,6	15,5	1,5
Automobili	11,9	12,3	23,6	13,7	4,8	5,2	14,1	24,8	7,5
Telecomunicazioni	8,7	11,8	5,4	3,6	4,0	2,8	13,6	5,7	15,2
Abbigliamento	6,9	2,7	1,8	6,2	1,0	24,6	14,0	9,7	1,0
Bevande/Alcolici	5,5	7,9	4,2	2,4	1,6	1,8	5,0	6,5	1,9
Medie/Editoria	5,5	5,7	13,6	4,0	7,7	2,1	5,6	3,6	10,2
Finanza/Assicurazioni	5,0	4,0	6,0	7,5	16,8	3,2	6,3	5,6	10,7
Cura Persona	4,4	4,5	2,0	1,0	0,5	9,9	2,6	3,2	1,2
Distribuzione	3,7	2,8	7,0	7,1	8,7	2,0	5,5	0,2	2,5
Toiletries	3,7	2,5	1,8	3,4	2,9	9,5	5,4	0,9	0,7
Abitazione	3,7	5,4	2,8	0,2	0,3	3,0	0,6	1,1	0,9
Gestione Casa	3,6	5,8	2,0	0,2	0,7	1,5	0,3	0,9	0,5
Farmaceutici/Sanitari	3,0	4,2	3,3	0,6	0,7	2,5	0,3	0,8	1,3
Altre categorie	21,4	10,5	19,6	47,9	48,8	26,2	19,1	21,6	44,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Nielsen Media Research

Tabella 1.77. Investimenti pubblicitari: mezzo per categorie merceologiche (2006 in %)

	Media	TV	Radio	Quotidiani	Free press	Periodici	Esterna	Cinema	Internet
Alimentari	13,6	20,7	5,4	1,8	1,9	6,6	5,9	18,8	1,2
Automobili	12,3	12,4	23,3	14,5	4,9	5,3	16,8	29,1	6,0
Telecomunicazioni	8,5	11,7	4,3	3,8	4,4	3,3	10,9	5,5	9,8
Abbigliamento	6,0	2,2	1,7	5,3	1,2	21,5	13,6	5,8	1,2
Bevande/Alcolici	6,0	8,7	4,3	2,1	1,2	1,9	5,4	8,3	1,1
Medie/Editoria	5,9	6,4	18,1	3,8	9,9	2,3	3,7	4,9	9,1
Finanza/Assicurazioni	4,7	3,5	7,0	8,2	21,2	3,4	4,0	2,5	12,8
Cura Persona	4,4	4,3	1,7	0,8	1,6	10,3	0,7	3,1	1,4
Distribuzione	3,9	2,7	6,9	8,0	17,9	1,9	10,5	0,4	2,6
Toiletries	3,9	5,7	1,5	0,4	0,6	3,1	0,7	1,7	0,7
Abitazione	3,7	2,6	1,6	2,9	2,9	9,7	4,1	0,6	0,5
Gestione Casa	3,7	5,7	1,9	0,3	0,5	1,8	0,4	1,4	0,2
Farmaceutici/Sanitari	2,9	3,9	2,4	0,6	0,7	2,7	0,3	2,5	1,0
Altre categorie	20,6	9,7	20,1	47,6	31,0	26,3	23,1	15,3	52,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Nielsen Media Research

Con riguardo alla distribuzione degli investimenti dei singoli settori merceologici sui mezzi, nel 2007 non emergono sensibili mutamenti rispetto al 2006 (Tabelle 1.78 e 1.79). Il mezzo televisivo è maggiormente utilizzato del settore alimentare, bevande e alcolici e prodotti per la casa. Le automobili, fanno riferimento per oltre il 25% la stampa quotidiana e periodica, quota che sale ad oltre il 70% per i beni di abbigliamento.

Tutti i settori merceologici evidenziati destinano nel 2007 una quota maggiormente elevata di investimenti su Internet rispetto al 2006, con aumenti particolarmente consistenti per le telecomunicazioni e per il settore media/editoria.

Tabella 1.78. Investimenti pubblicitari: categorie merceologiche per mezzo (2007 in %)

	Media	TV	Radio	Quotidiani	Free press	Periodici	Esterna	Cinema	Internet
Alimentari	84,3	3,0	2,6	0,2	7,1	1,6	1,0	0,4	100,0
Automobili	56,6	11,0	18,2	0,6	6,7	3,2	1,7	2,1	100,0
Telecomunicazioni	74,0	3,4	6,5	0,7	4,9	4,2	0,5	5,7	100,0
Abbigliamento	21,8	1,5	14,3	0,2	55,1	5,5	1,1	0,5	100,0
Bevande/Alcolici	78,8	4,2	6,9	0,4	5,0	2,5	1,0	1,2	100,0
Media/Editoria	57,3	13,8	11,5	2,1	6,0	2,8	0,5	6,1	100,0
Finanza/Assicurazioni	43,5	6,7	23,8	5,0	9,7	3,4	0,9	7,0	100,0
Cura Persona	56,2	2,5	3,6	0,2	34,4	1,6	0,6	0,9	100,0
Distribuzione	41,4	10,4	30,3	3,5	8,3	4,0	0,0	2,2	100,0
Toiletries	37,0	2,7	14,6	1,2	39,8	4,0	0,2	0,6	100,0
Abitazione	80,7	4,2	1,0	0,1	12,6	0,4	0,3	0,8	100,0
Gestione Casa	88,5	3,1	1,0	0,3	6,3	0,2	0,2	0,4	100,0
Farmaceutici/Sanitari	75,7	6,1	3,2	0,3	12,8	0,3	0,2	1,4	100,0
Altre categorie	26,9	5,1	35,5	3,4	18,9	2,4	0,8	6,9	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Nielsen Media Research

Tabella 1.79. Investimenti pubblicitari: categorie merceologiche per mezzo (2006 in %)

	Media	TV	Radio	Quotidiani	Free press	Periodici	Esterna	Cinema	Internet
Alimentari	85,4	2,1	2,2	0,1	7,7	1,0	1,3	0,2	100,0
Automobili	56,6	10,3	19,4	0,2	6,9	3,3	2,2	1,2	100,0
Telecomunicazioni	77,1	2,7	7,4	0,2	6,1	3,1	0,6	2,8	100,0
Abbigliamento	20,3	1,6	14,4	0,1	56,8	5,4	0,9	0,5	100,0
Bevande/Alcolici	81,4	3,8	5,7	0,1	5,1	2,2	1,3	0,5	100,0
Media/Editoria	60,4	16,4	10,4	0,6	6,1	1,5	0,8	3,7	100,0
Finanza/Assicurazioni	41,2	8,0	28,7	1,7	11,3	2,0	0,5	6,5	100,0
Cura Persona	55,7	2,1	2,8	0,1	37,4	0,4	0,7	0,8	100,0
Distribuzione	39,2	9,5	33,7	1,8	7,6	6,5	0,1	1,6	100,0
Abitazione	39,8	2,4	12,8	0,3	41,6	2,7	0,2	0,3	100,0
Toiletries	82,2	2,1	1,7	0,1	12,7	0,4	0,4	0,4	100,0
Gestione Casa	87,3	2,8	1,4	0,1	7,7	0,3	0,4	0,2	100,0
Farmaceutici/Sanitari	75,9	4,5	3,1	0,1	14,6	0,2	0,8	0,8	100,0
Altre categorie	26,6	5,3	37,9	0,6	20,2	2,7	0,7	6,1	100,0

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Nielsen Media Research

■ 1.2.6. L'accesso ai contenuti e la neutralità della rete

Il dibattito sulle problematiche relative all'accesso ai contenuti, inteso come libera fruibilità degli stessi e neutralità della rete si sta sviluppando anche in Italia.

In particolare, il dibattito si sta concentrando sulla relazione tra accesso ad Internet e garanzie democratiche e sul ruolo delle reti di telecomunicazione. E' infatti evidente che il controllo dell'accesso alla rete, ai servizi o ai contenuti fruibili per il suo tramite, influenza anche il diritto fondamentale alla libertà di informazione. In tale contesto, il principio della "neutralità della rete" appare sempre più rilevante, essendo esso stesso garanzia di democrazia. Infatti, l'esercizio di una qualunque forma di controllo sull'accesso alla rete o sui contenuti che su di essa vengono veicolati rischia di porre seri problemi di discriminazione, che possono manifestarsi sia con mezzi tecnici (es. walled garden) che con mezzi economici (es. discriminazioni di prezzo), con inevitabili ripercussioni negative sull'intero settore dell'ICT (in termini di innovazione, investimenti e sviluppo della concorrenza).

Più volte nei suoi interventi il Commissario europeo alla Società dell'Informazione Viviane Reding ha ricordato che l'ICT è la chiave per la competitività e la crescita economica in Europa, ed è responsabile per circa il 50% dell'attuale crescita di produttività nella UE. In tal senso, come mostrano i trend del mercato dell'ICT, lo sviluppo del mercato passa sempre più dai servizi o applicazioni innovative. Vi è dunque un potenziale conflitto d'interessi tra i gestori delle reti e i fornitori di servizi, i primi essendo contemporaneamente in posizione dominante nell'accesso alle reti e in concorrenza con i secondi nel mercato a valle della fornitura di servizi. Ciò che rischia di

essere messo in discussione è, quindi, il diritto individuale di accesso non discriminato alle reti.

Sulla possibilità di discriminare negli accessi e nei contenuti che sulle reti vengono veicolati, gli USA e il Canada sono intervenuti recentemente. Negli USA, già nel 2005
la FCC aveva fissato alcuni principi generali per l'accesso alle reti con conseguente
intervento contro le politiche di *traffic shaping* di Comcast, il maggiore ISP americano.
Al Congresso, lo scorso maggio, è stata poi approvata una proposta di legge che qualifica come violazione *antitrust* ogni comportamento dei fornitori di accesso ad Internet volto bloccare o rallentare il traffico Internet (*Internet Freedom and Nondiscrimination Act*). In Canada, è invece in atto un intenso dibattito sulle politiche di *traffic shaping* e/o *throttling* che ha dato luogo alla presentazione di una proposta di legge, al
momento in discussione.

■ 1.2.7. L'evoluzione del quadro normativo in Italia

Nel periodo di riferimento si sono registrati i seguenti interventi legislativi.

Pubblicità e sanzioni

In materia di pubblicità sono intervenuti i decreti legislativi n. 145/2007 e n. 146/2007, di recepimento delle direttive comunitarie 2006/114/CE e 2005/29/CE, che hanno introdotto una nuova disciplina della pubblicità ingannevole e comparativa e una nuova tutela per i consumatori dinanzi alle pratiche commerciali scorrette (cfr. gli articoli 18-27-quater del Codice del consumo, che recano oggi le disposizioni di recepimento degli articoli 1-13 e 15-17 della direttiva 2005/29/CE, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno), materie che rientrano nella sfera di competenza dell'Autorità garante della concorrenza ed il mercato. Le nuove norme introducono, all'articolo 27 comma 6 del Codice del consumo, l'obbligo per l'Autorità Antitrust di richiedere all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni un parere preventivo, obbligatorio ma non vincolante (già previsto in materia di pubblicità ingannevole), ogni qual volta la presunta pratica commerciale scorretta sia stata - o debba essere - diffusa attraverso stampa periodica, radio o televisione.

Si segnalano, infine, le recenti norme varate dal Parlamento in occasione della conversione in legge del decreto-legge 8 aprile 2008, n. 59, recante disposizioni urgenti per l'attuazione di obblighi comunitari e l'esecuzione di sentenze della Corte di giustizia delle Comunità europee, con le quali si pone rimedio alle censure mosse dalla Commissione europea relativamente alle disposizioni in materia di interruzione di opere liriche, teatrali e musicali e, più ampiamente, alla non incisività del sistema sanzionatorio con riferimento a tutta la materia della pubblicità televisiva. L'articolo 8-decies della citata legge 6 giugno 2008, n. 101 abroga le disposizioni del Testo unico della radiotelevisione non compatibili con l'articolo 11, paragrafo 3, della direttiva 97/36/CE, in quanto consentono un'interruzione pubblicitaria aggiuntiva rispetto a quelle ammissibili in base alla direttiva medesima, che prevede un regime particolarmente rigoroso per via del valore artistico delle opere liriche, teatrali e musicali. Soprattutto, lo stesso articolo rende più incisivo il sistema sanzionatorio in materia di

pubblicità, servizi audiotext, sponsorizzazioni e televendite, non solo attraverso l'elevazione dei limiti edittali delle sanzioni, ma vieppiù con l'esclusione del beneficio del pagamento della sanzione in misura ridotta (c.d. "oblazione") e, infine, con l'eliminazione della necessità della fase procedimentale della diffida. Quest'ultima modifica si pone in perfetta coerenza con la segnalazione al Governo da parte dell'Autorità del 16 luglio 2006, che aveva individuato proprio nello scarso ammontare delle sanzioni e nella presenza degli istituti della diffida e dell'oblazione i fattori principali di inefficacia del sistema sanzionatorio previsto dalla normativa italiana.

Sport e media

Si segnala l'adozione del decreto legislativo 9 gennaio 2008 n. 9 ("Disciplina della titolarita' e della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e relativa ripartizione delle risorse"), emanato sulla base della delega prevista dalla legge 19 luglio 2007, n. 106, recante "Delega al Governo per la revisione della disciplina relativa alla titolarità ed al mercato dei diritti di trasmissione, comunicazione e messa a disposizione al pubblico, in sede radiotelevisiva e su altre reti di comunicazione elettronica, degli eventi sportivi dei campionati e dei tornei professionistici a squadre e delle correlate manifestazioni sportive organizzate a livello nazionale."

L'adozione del decreto legislativo n. 9/2008 segna il passaggio da un sistema incentrato sulla titolarità dei diritti audiovisivi sportivi in capo alle singole società calcistiche, sancito dall'articolo 2, comma 2, del decreto legge 30 gennaio 1999, n. 15, convertito, con modificazioni, nella legge 29 marzo 1999, n. 78, ad un nuovo sistema basato, invece, sulla contitolarità dei diritti tra l'organizzatore della competizione ed i singoli organizzatori degli eventi (ovvero, le società calcistiche).

La riforma del mercato dei diritti audiovisivi sportivi si caratterizza per le nuove regole poste in materia di commercializzazione di tali diritti. La nuova disciplina è completata da specifiche regole in materia di diritto di cronaca tese a garantire, anche attraverso un apposito regolamento che sarà adottato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, un corretto bilanciamento tra l'interesse allo sfruttamento commerciale dei diritti televisivi da parte degli operatori della comunicazione e l'interesse generale della collettività alla conoscenza degli eventi sportivi, garantito dal concessionario del servizio pubblico radiotelevisivo e dalle altre emittenti radiotelevisive nazionali e locali. Le funzioni di regolazione e di vigilanza sull'intero settore sono attribuite, secondo i profili di rispettiva competenza, all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e all'Autorità garante della concorrenza e del mercato.

Termine per lo switch-off

L'articolo 16 della legge 29 novembre 2007, n. 222, recante "Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 1° ottobre 2007, n. 159, recante interventi urgenti in materia economico-finanziaria, per lo sviluppo e l'equità sociale", ha posticipato al 2012 la data da ultimo prevista per lo switch-off delle trasmissioni analogiche (2008) di cui all'articolo 2-bis, comma 5, del decreto-legge 23 gennaio 2001, n. 5, convertito, con modificazioni, dalla legge 20 marzo 2001, n. 66 al 2012.

Legge finanziaria 2008

Per quanto riguarda, infine, le novità introdotte dalla legge 21 dicembre 2007, n. 244, recante "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato" (c.d. "legge finanziaria 2008"), si segnala che il suo articolo 2, comma 302, aumenta (da 1.040 - 5.200 euro a 5.165 - 51.646 euro) l'importo delle sanzioni pecuniarie previste per le amministrazioni pubbliche e gli enti pubblici anche economici che non riservano alla emittenti radiotelevisive locali e ai giornali quotidiani e periodici le quote di pubblicità previste dall'articolo 51, comma 3, lettera d), del Testo unico della radiotelevisione di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177.

Quote europee

A seguito dell'approvazione delle leggi nn. 244/2007 (articolo 2, comma 301) e 31/2008 (articolo 39) di conversione del decreto-legge n. 248/2007, la disciplina italiana di recepimento degli articoli 4 e 5 della direttiva 89/552/CEE, cd. Televisione senza frontiere (di seguito, direttiva TVSF), in materia di obblighi di programmazione e di investimento in opere europee risulta essere profondamente modificata.

Come ampiamente illustrato nelle precedenti Relazioni annuali di questa Autorità, il quadro normativo previgente, dettato dalla legge n. 122/98, poi confluito negli articoli 6 e 44 del Testo unico della radiotelevisione (di seguito TU), già imponeva obblighi di promozione della produzione europea, articolandole in quote di tempo di trasmissione e quote di investimento. Per quanto riguarda gli obblighi di programmazione, il combinato disposto degli articoli 6 e 44, comma 1, del TU prevedeva che almeno il 50% del tempo di trasmissione delle emittenti, come definito dalla direttiva TVSF, dovesse essere destinato alle opere europee, di cui almeno la metà (dunque almeno il 25% in termini assoluti) opere recenti, ovvero prodotte negli ultimi cinque anni. Inoltre, in base all'articolo 44, comma 3, del TU almeno il 10% (il 20% nel caso della concessionaria del servizio pubblico) del tempo doveva essere destinato alle opere europee realizzate dai produttori indipendenti. Per quanto riguarda gli obblighi di investimento, l'articolo 44, comma 5, prevedeva che almeno il 10% degli introiti (il 15% nel caso della concessionaria del servizio pubblico) dovesse essere destinato alla produzione e all'acquisto di programmi audiovisivi europei, compresi quelli realizzati dai produttori indipendenti, di cui il 40% riservato ai film, intendendosi per tali non solo le opere cinematografiche (e dunque destinate al prioritario sfruttamento nelle sale) ma anche i film per la televisione di durata inferiore a 200 minuti.

Ferma restando la competenza dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, prevista dall'articolo 44, comma 1, del TU e rimasta immutata al riguardo la possibilità di definire le articolazioni delle quote anche in rialzo rispetto a quanto stabilito per legge, la normativa primaria recentemente introdotta ha inteso introdurre alcune soglie minime ("almeno") di tutela di alcuni ambiti della produzione reputati particolarmente meritevoli di tutela. Le modifiche apportate dalla riforma attengono all'articolo 6 e ai commi 3 e 5 dell'articolo 44 del TU.

Per quanto riguarda il nuovo comma 3 dell'articolo 44, i periodi 1 e 2 prevedono alcune sottoquote per le opere cinematografiche di espressione originale italiana rispetto all'obbligo di destinare alle opere recenti almeno il 10% del tempo di trasmissione (il 20% per la concessionaria del servizio pubblico): per le emittenti commercia-

li si tratta del 20% (calcolato sul 10%) e per la concessionaria pubblica del 10% (calcolato sul 20%), ovvero, in termini assoluti, del 2% dei ricavi in entrambi i casi. I criteri per l'individuazione delle opere di espressione originale italiana ovunque prodotte sono rinviati ad un decreto interministeriale del Ministro delle comunicazioni e del Ministro per i beni e le attività culturali.

I periodi da 3 a 6 del nuovo comma 3 dell'articolo 44, riguardano gli obblighi di investimento in favore della produzione indipendente e introducono, all'interno della quota del 10% dei ricavi (del 15% nel caso della concessionaria del servizio pubblico) da destinare alla produzione, all'acquisto nonché al pre-acquisto delle opere europee, una disciplina rafforzata per alcune categorie di opere: nel caso delle emittenti non a pagamento, una sottoquota del 30% per le opere cinematografiche di espressione originale italiana ovunque prodotte (del 20% per la concessionaria del servizio pubblico); per le emittenti a pagamento è prevista una sottoquota del 35% da riservare alle opere di espressione originale italiana ovunque prodotte e appartenenti al genere di prevalente emissione da parte del soggetto obbligato.

I periodi da 7 a 9 del nuovo comma 3 disciplinano i servizi offerti sulle piattaforme non lineari, a parziale anticipazione di quanto previsto dalla recente modifica della direttiva TVSF con la direttiva 2007/65/CE, e i servizi offerti in pay-per-view, finora non espressamente contemplati dalla normativa italiana. In considerazione del crescente sviluppo della fruizione dei contenuti audiovisivi su richiesta anche su piattaforme e con modalità diverse da quelle tradizionali, è previsto il coinvolgimento degli operatori di comunicazioni elettroniche su reti fisse e mobili alla promozione e al sostegno finanziario delle opere audiovisive europee, attraverso una quota dei ricavi derivanti dal traffico di contenuti audiovisivi offerti al pubblico a pagamento indipendentemente dalla tecnologia di trasmissione, che sarà definita dall'Autorità. Inoltre, in applicazione del principio di proporzionalità, è previsto un regime graduale di applicazione delle nuove norme in capo agli operatori in pay-per-view a prevalente contenuto cinematografico, in modo da parametrarne l'attuazione all'effettiva disponibilità delle opere medesime e al loro successo nelle sale cinematografiche italiane, nonché un regime transitorio di un anno per l'applicazione degli obblighi di programmazione, in modo da consentire agli operatori di impiegare questo arco temporale per investire nelle opere stesse e crearsi un archivio dal quale attingere per la creazione dei palinsesti.

Il nuovo comma 5 attribuisce all'Autorità il compito di adottare un regolamento per definire le modalità con le quali gli operatori dovranno comunicare periodicamente l'adempimento degli obblighi nel rispetto della tutela della riservatezza dei dati.

Rispetto al regime delle deroghe, è stato modificato l'articolo 6 del TU nel senso di individuare alcuni parametri alla quale dovrà attenersi l'Autorità nel decidere in merito all'eventuale concessione di deroghe agli operatori che si trovino in particolari situazioni soggettive di svantaggio, quali i soggetti che non abbiano realizzato utili in ciascuno degli ultimi due anni di esercizio o che abbiano una quota di mercato riferita ai ricavi derivanti da pubblicità e abbonamenti inferiore all'1%, o che editino canali tematici e comunque tenendo conto della disponibilità effettiva delle opere sul mercato.

In termini molto schematici, le due normative al confronto (tabella 1.80).

	Programmazione	Investimento
Quadro previgente	50% del tempo a opere europee, di cui metà (25% assoluto) alle opere recenti	10% (15% per Rai) degli introiti a opere europee, comprese quelle realizzate da produttori indipendenti.
	10% (20% per Rai) del tempo a opere realizzate da produttori indipendenti, di cui il 40% ai film anche non cinematografici (=4% (8% per Rai) assoluto)	Per Rai sottoquote di - 20% (=3% assoluto) al cinema italiano - 5% (=0,75% assoluto) a cartoni per l'infanzia
Quadro attuale	50% del tempo a opere europee 10% (20% per Rai) del tempo a opere degli ultimi 5 anni, con sot- toquote di 20% (10% per Rai) (= 2% asso- luto) a opere cinematografiche di espressione originale italiana ovunque prodotte	10% (15% per Rai) a opere realizzate da produttori indipendenti europei, con sottoquote: - 30% (=3% assoluto) opere cinematografiche di espressione originale italiana ovunque prodotte (free) - 35% (=3,5% assoluto) opere d espressione originale italiana ovunque prodotte appartenenti al genere prevalentemente
		emesso (pay) Per Rai sottoquote di - 20% (=3% assoluto) a opere cinematografiche - 5% (=0,75% assoluto) a cartoni per l'infanzia Per operatori lineari, promozione delle opere europee con destinazione di una quota dei ricavi derivanti da traffico di

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Nielsen Media Research

Per quanto riguarda l'attività regolamentare dell'Autorità, la nuova formulazione dell'articolo 44 del Testo Unico richiede espressamente quattro interventi: a) fissare i criteri e le modalità per definire la quota che gli operatori di comunicazioni elettroniche su reti fisse e mobili devono riservare ai fini della promozione e al sostegno finanziario delle opere audiovisive europee; b) definire i criteri e le modalità per commisurare l'effettiva disponibilità di opere rilevanti - con particolare riferimento ai programmi in pay-per-view a prevalente contenuto cinematografico di prima visione- nei sei mesi precedenti la diffusione nell'anno di riferimento e il loro successo nelle sale cinematografiche italiane; c) stabilire le modalità di comunicazione dell'adempimento degli obblighi introdotti dalla nuova disciplina nel rispetto dei principi di riservatezza previsti dal codice di cui al d.lgs. n. 196/2003, e le sanzioni in caso di inadempienza; d) individuare i criteri per la valutazione delle richieste di concessione di deroghe per singoli canali o programmi riconducibili alla responsabilità editoriale di emittenti televisive, fornitori di contenuti televisivi e fornitori di programmi in pay-per-view, che si trovino nelle condizioni stabilite dalla legge.

contenuti audiovisivi come definita da Agcom 2 Gli interventi dell'Autorità

2.1. Analisi dei mercati delle comunicazioni elettroniche

Introduzione

Ai sensi del Codice delle comunicazioni elettroniche, l'Autorità effettua, sentita l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, l'analisi dei mercati rilevanti, tenendo in massima considerazione le linee direttrici della Commissione per l'analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del nuovo quadro normativo comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, pubblicate nel febbraio 2002. L'analisi è effettuata periodicamente e in ogni caso a seguito dell'aggiornamento delle raccomandazioni, entro novanta giorni dalla loro pubblicazione.

Il 17 dicembre 2007, la Commissione europea ha emanato la Raccomandazione 2007/879/CE relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche che possono essere oggetto di una regolamentazione *ex ante* ai sensi della Direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica, notificata con il numero C(2007) 5406. Tale Raccomandazione – considerati gli sviluppi del mercato registrati negli ultimi anni e ravvisata la necessità di rivedere la prima edizione della Raccomandazione sui mercati suscettibili di regolamentazione *ex ante* – sostituisce la Raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE. Peraltro, le analisi di mercato condotte dall'Autorità ai sensi della Raccomandazione 2003/311/CE (c.d. primo ciclo di analisi di mercato) sono state ultimate sostanzialmente nel 2006 e quindi nell'anno appena trascorso si è verificata anche la seconda condizione prevista dal Codice relativa alla periodicità delle analisi, ossia che le analisi sono effettuate ogni diciotto mesi.

Pertanto, negli ultimi 12 mesi, l'Autorità ha avviato il secondo ciclo di analisi di mercato il cui obiettivo, in ultima istanza, è verificare l'opportunità di interventi regolatori ex ante per apportare vantaggi agli utenti finali rendendo i mercati al dettaglio concorrenziali in modo sostenibile.

Nello stesso periodo, l'Autorità ha peraltro assunto alcuni interventi regolatori che danno piena attuazione alla disciplina dei mercati delle comunicazioni elettroniche derivante dal primo ciclo di analisi dei mercati delle comunicazioni elettroniche. Tra questi provvedimenti, assumono particolare rilievo gli interventi nell'ambito dei mercati della terminazione vocale con la definizione, *inter alia*, di un modello contabile per la terminazione su reti fisse degli operatori concorrenti di Telecom Italia.

Di seguito si illustrano, in dettaglio, le attività svolte dall'Autorità in materia di analisi dei mercati delle comunicazioni elettroniche, illustrando, in primo luogo, le attività inerenti il secondo ciclo di analisi di mercato e, in secondo luogo, gli interventi che danno piena attuazione alle delibere di regolamentazione concernenti il primo ciclo di analisi dei mercati.

Il secondo ciclo di analisi dei mercati delle comunicazioni elettroniche

In premessa, è utile soffermarsi sulle indicazioni provenienti dalla nuova Raccomandazione 2007/879/CE e, in particolare, su due aspetti che l'Autorità dovrà tenere

in debita considerazione nel corso dello svolgimento delle analisi: la nuova lista dei mercati rilevanti suscettibili di regolamentazione *ex ante* contenuta nell'allegato alla Raccomandazione; l'applicazione del test dei tre criteri per determinare, nelle specifiche circostanze del settore italiano, se il mercato rilevante sia suscettibile di regolamentazione *ex ante*.

Per quanto riguarda la lista dei mercati ritenuti suscettibili di regolamentazione ex ante, la vigente Raccomandazione riduce a 7 il numero di mercati rilevanti: accesso alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali; raccolta delle chiamate nella rete telefonica pubblica in postazione fissa; terminazione delle chiamate su singole reti telefoniche pubbliche in postazione fissa; accesso all'ingrosso (fisico) alle infrastrutture di rete (ivi compreso l'accesso condiviso o pienamente disaggregato) in postazione fissa; accesso a banda larga all'ingrosso; fornitura all'ingrosso di segmenti terminali di linee affittate, indipendentemente dalla tecnologia utilizzata per fornire la capacità affittata o riservata; terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili. Rispetto a quanto previsto nella prima edizione della Raccomandazione sui mercati rilevanti nel settore delle comunicazioni elettroniche, la Commissione europea - sulla base dell'applicazione del test dei tre criteri alla situazione complessiva vigente nell'insieme dei mercati nei Paesi membri dell'Unione - ha escluso dalla lista i sequenti mercati: servizi telefonici locali e/o nazionali disponibili al pubblico forniti in postazione fissa per clienti residenziali (e per clienti non residenziali); servizi telefonici internazionali disponibili al pubblico forniti in postazione fissa per clienti residenziali (e per clienti non residenziali); l'insieme minimo di linee affittate; servizi di transito nella rete telefonica pubblica fissa; fornitura all'ingrosso di segmenti di linee affittate su circuiti interurbani; accesso e raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili; mercato nazionale all'ingrosso per servizi internazionali di roaming per le reti telefoniche pubbliche mobili; servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali. Inoltre, si noti che il mercato al dettaglio dell'accesso in postazione fissa, precedentemente distinto tra quello destinato ai clienti residenziali e ai clienti non residenziale, non risulta più articolato in base alla tipologia del cliente finale.

L'Autorità – per quei mercati contenuti nella lista allegata alla nuova Raccomandazione – definirà i mercati rilevanti conformemente ai principi del diritto della concorrenza e sulla base delle caratteristiche e della struttura del mercato nazionale delle comunicazioni elettroniche, partendo dagli esiti raggiunti nell'ambito dell'analisi dei rispettivi mercati nel primo ciclo. Contestualmente, l'Autorità provvederà alla valutazione dell'eventuale esistenza di imprese che detengono un significativo potere di mercato e, laddove verrà riscontrata l'assenza di condizioni effettivamente concorrenziali, imporrà gli opportuni obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese aventi un significativo potere di mercato.

Nel caso dei mercati che non figurano più nella Raccomandazione, l'Autorità svolgerà un ulteriore esercizio, in ossequio al quadro regolamentare, e segnatamente applicherà il test dei tre criteri per verificare se lo specifico mercato rilevante sia suscettibile di regolamentazione *ex ante*.

In particolare, i tre criteri che devono essere cumulativamente soddisfatti affinché un mercato sia suscettibile di regolamentazione *ex ante* sono i seguenti: a) la presenza, nel mercato, di forti ostacoli non transitori all'accesso; b) la presenza di caratteristiche che inducono a ritenere che nel mercato non si svilupperanno, con il passare del tempo, condizioni di concorrenza effettiva; c) l'efficienza relativa del diritto della

concorrenza e della regolamentazione *ex ante* complementare. Si sottolinea che i tre criteri debbono essere soddisfatti contemporaneamente. Difatti, dato il dinamismo dei mercati delle comunicazioni elettroniche, la presenza di forti ostacoli non transitori all'accesso non è di per sé sufficiente a giustificare la regolamentazione *ex ante*, ma si deve anche considerare l'ipotesi di un'evoluzione del mercato in senso concorrenziale, malgrado la presenza di barriere all'ingresso, tenendo conto delle specifiche caratteristiche strutturali e comportamentali. Il terzo criterio valuta se le norme della concorrenza siano di per sé sufficienti (in assenza di regolamentazione *ex ante*) alla luce delle caratteristiche particolari dello specifico mercato in esame a garantire condizioni concorrenziali sostenibili nel tempo.

L'eventuale regolamentazione per ciascun mercato verrà imposta, al termine dell'iter previsto dalla normativa vigente, solo nel caso in cui l'Autorità riscontri l'esistenza di un'impresa che dispone di un rilevante potere di mercato, detenuto individualmente o congiuntamente con altri, ossia se "gode di una posizione di forza economica tale da consentirle di comportarsi in misura notevole in modo indipendente dai concorrenti, dai clienti e, in definitiva, dai consumatori".

I mercati dell'accesso alla rete fissa

Nel mese di luglio 2007, si è conclusa la consultazione pubblica in merito agli aspetti regolamentari relativi all'assetto della rete di accesso fissa ed alle prospettive delle reti di nuova generazione a larga banda avviata il 2 maggio 2007 con la delibera n. 208/07/CONS. Alla consultazione hanno partecipato oltre trenta soggetti fra operatori di rete fissa e mobile, produttori di attrezzature di telecomunicazioni, associazioni di consumatori, rappresentanze sindacali, dipartimenti universitari, soggetti istituzionali e singoli cittadini.

In linea generale, i partecipanti alla consultazione hanno riscontrato una tendenza verso condizioni di maggiore concorrenzialità nel mercato delle telecomunicazioni, in larga parte riconducibili all'attività dell'Autorità. Tuttavia, il livello di competitività – soprattutto nel segmento dell'accesso e della banda larga – è stato giudicato dalla totalità dei partecipanti, ad eccezione dell'operatore dominante, ancora insufficiente. Numerosi soggetti intervenuti hanno sottolineato che l'incumbent, approfittando dell'assenza di una infrastruttura di rete alternativa alla propria, ma anche della non sempre tempestiva implementazione dei rimedi regolamentari e della vigilanza su di essi, ha potuto attuare comportamenti anticoncorrenziali, che di fatto hanno contrastato l'azione del regolatore.

Inoltre, la maggior parte dei partecipanti ha espresso i propri timori circa la possibilità che, nella fase di transizione verso le reti di accesso di nuova generazione, il mercato si ri-concentri nelle mani di Telecom Italia. Tali soggetti ritengono che il possesso da parte di Telecom Italia dell'attuale e, prospetticamente, della nuova infrastruttura di rete, unitamente all'elevata quota di mercato detenuta da tale impresa nei mercati finali, permetterebbero all'incumbent di attuare facilmente strategie di pre-emption a danno del mercato. Pertanto, i partecipanti hanno auspicato che l'Autorità ponga una particolare attenzione alla fase di transizione e di migrazione verso le reti NGAN.

In merito all'evoluzione dell'attuale quadro regolamentare, pressoché tutti i partecipanti alla consultazione (con l'eccezione significativa di Telecom Italia) hanno segnalato l'inadeguatezza - attuale e soprattutto prospettica - delle misure introdotte

dalla delibera n. 152/02/CONS e la necessità, quindi, di nuovi strumenti che possano garantire con efficacia il rispetto del principio di non discriminazione e di effettiva parità di trattamento interno-esterno tra le divisioni commerciali di Telecom Italia e gli operatori alternativi.

A tal fine, la maggior parte dei partecipanti ha ritenuto l'implementazione di una separazione funzionale della rete di accesso quale soluzione più efficace, senza però dover necessariamente pervenire ad un'automatica rimozione degli obblighi attualmente imposti a Telecom Italia nei mercati *retail*. L'incumbent, diversamente, ha individuato due possibili scenari regolamentari. Da un lato, l'azienda ha considerato una forma di separazione funzionale della rete di accesso, sulla base – però – di una propria proposta, ed, in ogni caso, solo a fronte di una contestuale revoca, o significativa revisione, degli obblighi asimmetrici attualmente gravanti in capo alla stessa nei mercati *retail*. Dall'altro lato, Telecom Italia, in sintonia anche con taluni soggetti intervenuti, ha proposto il rafforzamento delle misure introdotte dalla delibera n. 152/02/CONS.

Si ricorda che, in relazione ai possibili rimedi da applicare, qualora si dovesse registrare il perdurare di condizioni di insufficiente concorrenza nei mercati in questione, non superabili in virtù dell'applicazione degli strumenti regolamentari tipici, l'Autorità potrebbe intervenire valutando l'adozione di misure regolamentari, ivi comprese misure atte a garantire la separazione funzionale delle attività relative alla rete di accesso, ai sensi dell'articolo 45 del Codice. Peraltro, Telecom Italia ha sempre la possibilità ai sensi della legge Bersani di presentare impegni idonei a garantire una maggiore concorrenza del mercato.

Al riguardo, la proposta di revisione del quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche prevede tra i rimedi che l'Autorità potrebbe imporre ad un'impresa verticalmente integrata anche la separazione funzionale, così come ammette la possibilità che l'impresa stessa decida volontariamente per una forma di separazione (articoli 13a e 13b della proposta di modifica della "direttiva accesso" presentata il 13 novembre 2007 dalla Commissione europea). Tale proposta di revisione, qualora approvata, entrerebbe in vigore presumibilmente a partire dal 2010.

In relazione al perimetro della rete di accesso da sottoporre a regolamentazione, quasi tutti i partecipanti alla consultazione si sono espressi in favore della regolamentazione dei servizi forniti su tutta la rete di accesso, sia quella attualmente esistente in rame, sia quella futura in fibra. In particolare, tutti i rispondenti hanno espresso la necessità di regolamentare i servizi wholesale di accesso, di backhauling di bitstream e l'accesso alle infrastrutture civili. Telecom Italia, al contrario, sostiene che debbano essere sottoposti a regolamentazione i soli servizi forniti sulla rete in rame.

Infine, con riferimento all'ipotesi di rimodulazione degli obblighi di servizio universale, la maggior parte dei rispondenti, ad eccezione dei costruttori di apparati, non ha ritenuto al momento opportuno estendere gli obblighi di servizio universale ai servizi a banda larga.

Una volta acquisite le risultanze della consultazione pubblica, l'Autorità con delibera n. 626/07/CONS del 12 dicembre 2007 ha avviato - nell'ambito del secondo ciclo delle analisi di mercato - un procedimento relativo alla revisione ed eventuale integrazione delle misure regolamentari atte a promuovere condizioni di effettiva concorrenza sui mercati di accesso alla rete fissa.

Gli esiti del primo ciclo di analisi di mercato - con riferimento ai mercati dell'accesso *retail* (c.d. mercati 1 e 2) e *wholesale* (c.d. mercati 11 e 12) - avevano confermato,

tra le altre cose, come le condizioni di insufficiente concorrenza registrate nei mercati a monte si siano riflesse nella difficoltà di una efficace competizione nei mercati finali, come testimoniano le elevate quote di mercato di Telecom Italia, a detrimento della facoltà di scelta del cliente finale e della possibilità di una più rapida discesa dei prezzi. Al fine di poter valutare le ripercussioni sul mercato finale di eventuali fallimenti dei meccanismi concorrenziali nei mercati all'ingrosso, e di poter – conseguentemente – adottare i rimedi adeguati a ripristinare un corretto funzionamento della concorrenza, con particolare attenzione ai mercati dei servizi finali, è stato avviato un esame contestuale dell'evoluzione concorrenziale dei mercati dell'accesso retail e dei corrispondenti mercati wholesale, coerentemente all'approccio suggerito dalla Commissione europea nell'Explanatory Note alla nuova Raccomandazione sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi nel settore delle comunicazioni elettroniche.

L'opportunità di considerare le condizioni concorrenziali sui mercati finali in stretta connessione con le caratteristiche di mercato e concorrenziali dei corrispondenti mercati all'ingrosso – così da imporre, se del caso, solo quegli obblighi che siano strettamente necessari all'affermazione di un effettivo contesto competitivo sui mercati finali, a vantaggio dei consumatori e degli utenti in genere – è stata confermata dall'esperienza maturata all'esito del primo ciclo di analisi di mercato in Italia e negli altri paesi dell'Unione europea.

L'analisi è stata avviata congiuntamente per il mercato dell'accesso disaggregato all'ingrosso alle reti e sottoreti metalliche, per il mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso e per i mercati dell'accesso al dettaglio alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali. Tutti i mercati in oggetto sono stati ritenuti dalla Commissione europea ancora suscettibili di un intervento regolamentare *ex ante* e inclusi nella lista dei mercati rilevanti contenuta nell'allegato della Raccomandazione 2007/879/CE del 17 dicembre 2007.

Nell'analisi dei suddetti mercati, l'Autorità terrà conto delle osservazioni addotte dai partecipanti alla consultazione pubblica di cui alla delibera n. 208/07/CONS e, in particolare, gli atti e i documenti acquisiti nell'ambito della consultazione pubblica costituiranno parte integrante del procedimento di analisi.

I mercati della terminazione delle chiamate vocali su singola rete mobile

Con la delibera n. 305/08/CONS del 21 maggio 2008, l'Autorità ha indetto la consultazione pubblica concernente i mercati dei "servizi all'ingrosso di terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili".

In linea con le risultanze della prima analisi del mercato, conclusa con la delibera n. 3/06/CONS, l'Autorità ha individuato un mercato rilevante, di dimensione nazionale, per ogni rete mobile operante in Italia ed indipendentemente dalla tecnologia utilizzata (GSM o UMTS). Ciascun operatore di rete mobile viene quindi identificato quale operatore dominante per la terminazione sulla propria rete. L'Autorità, nel testo di consultazione pubblica, ha espresso l'orientamento di confermare la regolamentazione vigente in capo agli operatori di rete mobile, ossia gli obblighi di accesso ed uso di determinate risorse di rete, trasparenza, non discriminazione e controllo dei prezzi e di contabilità dei costi. Tali obblighi sono declinati, in continuità con la regolamentazione disposta nel 2006 e nel 2007 (delibera n. 628/07/CONS), tenendo in considerazione gli sviluppi delle condizioni economiche e tecniche del mercato.

In particolare, la proposta prevede riduzioni delle tariffe attualmente in vigore, nella misura di oltre il 30 per cento nell'arco di un triennio. I valori suggeriti per i singoli operatori riflettono una curva di discesa (*glide path*) che conduce a livelli sostanzialmente analoghi a quelli stabiliti dal regolatore britannico (Ofcom). La sequenza della manovra è riportata nella tabella sequente.

Tabella 2.1. Proposta di glide path (centesimi di euro al minuto)

	Dal 1°/7/08 (dal 1°/9/08 per H3G)	Dal 1°/07/2009	Dal 1°/07/2010	Dal 1°/07/2011
Telecom Italia	8,85	7,7	6,6	5,9
Vodafone	8,85	7,7	6,6	5,9
Wind	9,51	8,7	7,2	5,9
H3G	13,0	11,0	9,0	7,0

Fonte: Autorità

Il provvedimento sarà adottato definitivamente, con conseguente entrata in vigore, a conclusione della consultazione pubblica (che avrà la durata di trenta giorni) e dopo avere acquisito i pareri della Commissione europea e dell'Autorità Antitrust.

Il testo sottoposto a consultazione pubblica segue una lunga fase di interlocuzione con i soggetti interessati. Difatti, nel corso della fase istruttoria, avviata con la delibera n. 342/07/CONS del 25 luglio 2007, è stato richiesto ai soggetti interessati di produrre memorie e osservazioni nonché di rispondere a un questionario volto a quantificare costi, ricavi, volumi e consistenze tecniche degli operatori di rete mobile. Peraltro, su richiesta, sono stati convocati in audizione diversi operatori di rete mobile e di rete fissa, oltre che AIIP. I soggetti in questione, oltre a illustrare le osservazioni sulla definizione del mercato, hanno fornito la propria posizione circa il set di obblighi regolamentari cui dovrebbero essere soggetti gli operatori detentori di significativo potere di mercato nella fornitura del servizio di terminazione del traffico su singola rete mobile.

Servizi telefonici locali e/o nazionali disponibili al pubblico forniti in postazione fissa

Con la delibera n. 133/08/CONS del 12 marzo 2008, l'Autorità ha avviato il procedimento di identificazione ed analisi dei mercati dei servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile, disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per i clienti residenziali e non residenziali (mercati n. 3 e n. 5 identificati nella Raccomandazione n. 2003/311/CE sui mercati rilevanti).

Tali mercati al dettaglio non sono più inclusi nella lista dei mercati rilevanti identificati dalla Commissione europea (Raccomandazione n. 2007/879/CE del 17 dicembre 2007). Tuttavia, l'Autorità – nella precedente analisi di mercato conclusa nel dicembre del 2006 con l'adozione della delibera n. 642/06/CONS – aveva identificato Telecom Italia quale operatore avente significativo potere di mercato e, di conseguenza, imposto gli obblighi regolamentari ritenuti più appropriati per indirizzare i potenziali problemi concorrenziali. Pertanto, come previsto dagli articoli 19 e 66 del Codice delle comunicazioni elettroniche, l'Autorità ha avviato l'analisi dei suddetti mercati al fine di veri-

ficare se, anche sulla base delle circostanze nazionali esistenti, tali mercati non siano ancora suscettibili di una regolamentazione *ex ante*.

Alla luce della nuova Raccomandazione della Commissione europea, come indicato in precedenza, il procedimento sarà volto, in primo luogo, alla definizione dei mercati rilevanti ed all'applicazione del cosiddetto *triplo test* per la verifica della suscettibilità dei mercati alla regolamentazione *ex ante*. Se il test farà emergere che i mercati sono suscettibili di regolamentazione *ex ante*, verrà valutata l'esistenza di imprese in possesso di un significativo potere di mercato e, se del caso, si considereranno le più opportune misure regolamentari da adottare.

Nell'analisi dei suddetti mercati, si terrà conto delle conclusioni raggiunte nella precedente analisi dei mercati dei servizi telefonici locali e nazionali. In particolare, l'Autorità aveva confermato, *inter alia*, l'obbligo, in capo a Telecom Italia, di controllo dei prezzi e contabilità dei costi per i servizi di telefonia offerti ai clienti residenziali e non residenziali. L'Autorità aveva mantenuto il controllo sui prezzi massimi dell'offerta generalizzata attraverso il meccanismo del *price cap*, vincolando l'allentamento del vincolo al raggiungimento di alcuni parametri qualitativi, e il controllo sui prezzi minimi delle offerte tariffarie (c.d. pacchetti tariffari) e delle offerte definite in ambito di procedure a evidenza pubblica attraverso opportuni test di prezzo. L'Autorità aveva ritenuto, inoltre, mantenendo gli stessi criteri di valutazione, di introdurre alcune innovazioni circa le procedure di comunicazione delle offerte tariffarie e delle offerte definite nell'ambito di selezioni pubbliche.

Come di consueto, le conclusioni raggiunte nelle analisi dei corrispondenti mercati all'ingrosso, in particolare dell'analisi dei mercati della raccolta, della terminazione e del transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa, costituiranno un importante riferimento per l'esame dei mercati finali in oggetto.

I mercati dei servizi telefonici internazionali disponibili al pubblico forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali

L'Autorità, con delibera n. 145/08/CONS del 19 marzo 2008, ha avviato il procedimento volto all'identificazione ed analisi dei mercati dei servizi telefonici internazionali disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali, alla valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e all'individuazione degli eventuali obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere (mercati n. 4 e n. 6 della Raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE).

Tali mercati sono attualmente sottoposti a regolamentazione ai sensi della delibera n. 380/06/CONS, approvata nell'ambito del primo ciclo di analisi dei mercati. In particolare, la società Telecom Italia è stata notificata quale operatore avente significativo potere di mercato nei mercati dei servizi telefonici internazionali disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali. All'operatore notificato, l'Autorità ha imposto gli obblighi già previsti dalla delibera n. 152/02/CONS - concernenti le modalità e le tempistiche di comunicazione delle condizioni economiche dei servizi offerti alla clientela residenziale e non residenziale - nonché gli obblighi di trasparenza e l'obbligo previsto dall'articolo 70, comma 4, del Codice delle comunicazioni elettroniche, di informare gli abbonati, con adeguato preavviso, non inferiore a un mese rispetto alla data della loro attuazione, della modifica delle

condizioni contrattuali per essi in vigore. Inoltre, con la delibera n. 380/06/CONS, l'Autorità ha confermato la decisione, assunta con delibera n. 289/03/CONS, di escludere le chiamate internazionali residenziali e non residenziali di Telecom Italia dal controllo di prezzo tramite il meccanismo di *price cap*, ed ha revocato l'obbligo di rispetto di un particolare test di prezzo, previsto dalla delibera n. 152/02/CONS.

Secondo quanto indicato dalla nuova Raccomandazione della Commissione europea (n. 2007/879/CE), i mercati dei servizi telefonici internazionali disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali sono esclusi dalla lista dei mercati che possono essere oggetto di una regolamentazione ex ante.

Tuttavia, come previsto dagli articoli 19 e 66 del Codice delle comunicazioni elettroniche, essendo tali mercati soggetti a regolamentazione, l'Autorità ha avviato l'analisi dei mercati in oggetto al fine di verificare se, anche sulla base delle circostanze nazionali esistenti, tali mercati non siano suscettibili di una regolamentazione *ex ante*. In particolare, il procedimento è volto, innanzitutto, alla definizione dei mercati rilevanti ed all'applicazione del cosiddetto triplo test per la verifica della suscettibilità del mercato alla regolamentazione *ex ante* e, successivamente, ove opportuno, alla valutazione delle condizioni concorrenziali e degli obblighi regolamentari.

Nell'analisi dei suddetti mercati, l'Autorità terrà conto delle conclusioni raggiunte nelle analisi dei corrispondenti mercati all'ingrosso, in particolare dell'analisi dei mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici (delibera n. 605/07/CONS del 4 dicembre 2007).

L'insieme minimo delle linee affittate

L'Autorità, con delibera n. 183/08/CONS del 16 aprile 2008, ha avviato il procedimento volto all'identificazione ed analisi del mercato delle linee affittate al dettaglio, alla valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e all'individuazione degli eventuali obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere (mercato n. 7 della raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE).

Tale procedimento esaminerà le condizioni di mercato vigenti in Italia al fine di valutare l'opportunità di confermare, modificare o rimuovere gli obblighi attualmente in capo a Telecom Italia, in forza della delibera n. 343/06/CONS, con la quale è stato regolamentato il mercato delle linee affittate al dettaglio.

In particolare, nel provvedimento in esame l'Autorità aveva individuato, come mercato rilevante delle linee affittate al dettaglio, il mercato dei circuiti analogici e digitali di capacità fino ai 2 Megabits inclusi.

L'Autorità aveva quindi concluso che: i circuiti di capacità superiore a 2 Megabits non erano suscettibili di regolamentazione *ex ante* e, pertanto, aveva provveduto a rimuovere gli obblighi regolamentari in vigore per i circuiti di tale capacità; per i circuiti fino a 2 Megabits, rilevata l'esistenza in capo alla società Telecom Italia di un significativo potere di mercato, aveva disposto per quest'ultima l'assoggettamento agli obblighi di trasparenza, non discriminazione e di controllo dei prezzi e contabilità dei costi.

Nel merito, è opportuno segnalare che nel corso del 2007 la Commissione europea, facendo propria la necessità di un riesame della "Definizione dell'insieme minimo di linee affittate" contenuta nella decisione n. 2003/548/CE, per apportare le modifiche neces-

sarie ad adeguarla ai nuovi sviluppi tecnologici e all'andamento della domanda di mercato - in accordo con quanto previsto dall'articolo n. 18 comma 2 della Direttiva servizio universale 2002/22/CE, ha provveduto ad avviare una consultazione pubblica.

A conclusione del ciclo di consultazioni con gli Stati membri, le associazioni del settore e le parti interessate è emerso che, a seguito dei processi di convergenza spontanea, tra cui il passaggio sempre più massiccio a nuove architetture di rete, le cinque tipologie di linee affittate indicate nell'attuale insieme minimo sono ormai da considerare obsolete. La Commissione ha dunque consolidato la posizione pressoché unanime emersa dalla consultazione, pubblicando, in data 21 dicembre 2007, la propria decisione che procede alla soppressione dell'elenco intitolato "Definizione dell'insieme minimo di linee affittate" dall'allegato alla decisione n. 2003/548/CE.

Peraltro, il mercato delle linee affittate al dettaglio non figura più nell'allegato alla Raccomandazione del 17 dicembre 2007, n. 2007/879/CE, nonostante sia attualmente soggetto agli obblighi di regolamentazione sopra declinati.

Tuttavia, in accordo con quanto previsto dagli articoli 19 e 66 del Codice delle comunicazioni elettroniche, si è rilevata in ogni caso la necessità di avviare l'analisi del mercato in esame. L'analisi sarà svolta al fine di valutare se, sulla base delle circostanze nazionali esistenti, il mercato sia suscettibile di regolamentazione *ex ante*. L'Autorità verificherà altresì l'opportunità di rivedere la definizione di mercato (estendendo-la, se del caso, a quei servizi di connettività che risultino sostituibili con i servizi di linee affittate) e l'opportunità di confermare, modificare o rimuovere gli obblighi esistenti.

I mercati della fornitura all'ingrosso delle linee affittate

L'Autorità, con la delibera n. 184/08/CONS del 16 aprile 2008, ha avviato l'analisi dei mercati relativi alla fornitura all'ingrosso di segmenti terminali di linee affittate (mercato n. 6 della raccomandazione 2007/879/CE, in precedenza mercato n. 13 della Raccomandazione 2003/311/CE) e alla fornitura all'ingrosso di segmenti di linee affittate su circuiti interurbani (in precedenza mercato n. 14 della Raccomandazione 2003/311/CE).

Il primo procedimento di analisi dei mercati relativi alla fornitura di segmenti *trunk* e *terminating* (mercati nn. 13 e 14 della Raccomandazione 2003/311/CE) è stato concluso con la delibera n. 45/06/CONS che ha imposto, in entrambi i mercati, gli obblighi previsti dagli articoli dal 46 al 50 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

In merito ai servizi trasmissivi a capacità dedicata, la Raccomandazione 2007/879/CE del 17 dicembre 2007 della Commissione europea prevede che il mercato relativo alla fornitura all'ingrosso di segmenti terminali di linee affittate, indipendentemente dalla tecnologia utilizzata per fornire la capacità dedicata, sia suscettibile di regolamentazione ex ante, mentre esclude dall'elenco di tali mercati la fornitura dei circuiti interurbani di linee affittate. La Commissione ha rilevato che gli operatori alternativi hanno effettuato considerevoli investimenti per costruire reti alternative, riducendo le barriere all'entrata e, alla luce di questo sviluppo, le Autorità di diversi Stati membri hanno rilevato la sussistenza di un'effettiva concorrenza nel mercato delle linee affittate su circuiti interurbani.

Con le presenti analisi dei mercati, l'Autorità è chiamata a verificare l'attuale situazione competitiva a livello nazionale e rettificare, laddove necessario, le precedenti prescrizioni alla luce degli sviluppi avvenuti in tali mercati. In particolare, l'avvio del-

l'analisi del mercato dei circuiti interurbani di linee affittate si rende necessario sia per valutare se il mercato supera il triplo test, sia per verificare il permanere di una situazione di significativo potere di mercato identificata con la delibera n. 45/06/CONS.

Il mercato dell'accesso alle reti mobili

L'Autorità ha avviato il procedimento relativo all'identificazione ed analisi del mercato dell'accesso e della raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili con delibera n. 168/07/CONS. Successivamente all'avvio del procedimento e nel corso dei lavori istruttori, il settore della telefonia mobile ha registrato alcune importanti novità, di natura concorrenziale e di natura regolamentare (cfr. par. 1.2.1).

Innanzitutto, gli operatori di rete mobile (Telecom Italia, Vodafone, Wind e H3G) hanno stipulato accordi giuridicamente vincolanti per la fornitura di servizi all'ingrosso di accesso alla propria rete mobile con soggetti terzi, tra i quali Coop Italia, Tiscali, Carrefour Italia Mobile, BT Italia, PosteMobile, Conad, Auchan, Autostrade per l'Italia e Fastweb. In virtù di tali accordi, diversi operatori già presenti nel settore delle telecomunicazioni, oppure attivi in altri settori – principalmente nel settore della grande distribuzione – hanno commercializzato o sono in procinto di lanciare un'offerta di servizi di comunicazione mobile e personale ai clienti finali. Peraltro, gli operatori di rete mobile hanno comunicato che sono in corso negoziazioni con ulteriori soggetti interessati all'ingresso nel mercato dei servizi di comunicazione mobile e personale sulla base di un accordo a livello wholesale per l'accesso alla rete mobile di altri operatori.

Altro elemento rilevante registrato nel settore è dato dall'evoluzione delle offerte integrate fisso-mobile, fornite attraverso la rete mobile e la rete fissa oppure commercializzate attraverso l'uso esclusivo della rete mobile. Tali offerte, superata la fase sperimentale, sono disponibili sul mercato secondo le modalità previste nella delibera n. 415/07/CONS.

Infine, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato ha concluso l'istruttoria A357 – volta ad accertare l'esistenza di eventuali violazioni degli articoli 81 e/o 82 del Trattato CE nei confronti delle società Telecom Italia, Vodafone e Wind – con l'adozione di due distinti provvedimenti. Nella riunione del 24 maggio 2007, l'Agcm ha deciso di accettare, rendendolo obbligatorio, l'impegno presentato da Vodafone nell'ambito del-l'istruttoria e di chiudere il procedimento nei confronti di tale operatore, senza accertare le infrazioni, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90. Nella riunione del 3 agosto 2007, l'Agcm ha chiuso il procedimento A357 nei confronti di Telecom Italia e Wind. L'Agcm non ha riscontrato elementi sufficienti a provare, come ipotizzato invece nell'avvio di istruttoria, una posizione dominante collettiva degli operatori mobili nel mercato all'ingrosso dei servizi di accesso alle infrastrutture di rete mobile. Tuttavia l'Agcm ha ritenuto che gli operatori avessero abusato della posizione dominante nei rispettivi mercati all'ingrosso dei servizi di terminazione sulle proprie reti, comminando agli stessi una sanzione pecuniaria.

L'Autorità, nello svolgimento dell'analisi di mercato, ha tenuto conto della continua evoluzione delle condizioni di mercato e concorrenziali intervenuta negli ultimi 12 mesi, nonché la circostanza che tale mercato non risulta più incluso nella lista dei mercati rilevanti identificati dalla Commissione europea (Raccomandazione n. 2007/879/CE) ed ha avviato la consultazione pubblica sul mercato in esame con la delibera n. 309/08/CONS.

Interventi in attuazione delle vigenti delibere in materia di analisi dei mercati

La definizione dei prezzi di terminazione per gli operatori Fastweb, BT Italia, Tiscali. Tele2 e Multilink

Con la delibera n. 417/06/CONS, articolo 40, comma 3, l'Autorità aveva fissato, per gli operatori alternativi notificati nel mercato della terminazione di rete fissa, i seguenti prezzi massimi:

- 1,54 eurocent/min fino al 30 giugno 2007;
- 1,32 eurocent/min fino al 30 giugno 2008;
- 1,11 eurocent/min fino al 30 giugno 2009;
- 0,88 eurocent/min fino al 30 giugno 2010;
- 0,69 eurocent/min fino al 30 giugno 2011;
- 0,55 eurocent/min fino al 30 giugno 2012.

La stessa delibera, all'articolo 40, commi nn. 4 e 11, prevedeva da un lato che l'Autorità, attraverso lo sviluppo di un modello di costo per le reti degli operatori alternativi, avrebbe rivisto tali valori massimi sulla base delle risultanze dello stesso, dall'altro che gli operatori che ne avessero fatto istanza avrebbero potuto applicare prezzi maggiori del tetto massimo, qualora avessero giustificato il prezzo richiesto attraverso un opportuno sistema di contabilità. Si sono avvalsi di tale possibilità gli operatori Fastweb, BT Italia, Tiscali, Tele 2 e Multilink.

In data 19 dicembre 2007, con la delibera n. 692/07/CONS, l'Autorità ha concluso il procedimento di valutazione delle richieste avanzate dagli operatori Fastweb, BT Italia, Tiscali e Tele 2 di poter praticare, fino al 30 giugno 2007, prezzi di terminazione in deroga al valore massimo fissato in misura pari a 1,54 centesimi di euro al minuto. Il procedimento istruttorio di cui alla citata delibera, analizzando le differenti tecnologie di accesso e trasporto adottate in ciascuna rete, ha definito criteri comuni per la definizione del perimetro contabile per il servizio di terminazione da applicarsi ai dati di contabilità presentati dai diversi operatori. In tale ambito sono stati altresì analizzati i criteri di ripartizione dei costi comuni di rete, intervenendo in diversi casi sulle scelte effettuate dagli operatori, ad esempio escludendo l'impiego di driver basati sui ricavi per l'attribuzione dei costi di rete ai servizi vocali.

Nel corso del procedimento è stata inoltre valutata la possibilità di attribuire al servizio di terminazione, attraverso un *mark-up* temporaneo, una quota parte dei costi delle attività non di rete, quali ad esempio le attività commerciali, i costi generali e di struttura altrimenti non recuperabili (*sunk cost*). Si è infine provveduto a calcolare costi del capitale specifici per singolo operatore.

A seguito delle analisi svolte, l'Autorità ha valutato corretta l'inclusione, tra gli elementi di rete, dei costi della rete di accesso in fibra ottica, in particolare per l'operatore Fastweb. Il dimensionamento di tali risorse, in quanto condivise da più utenti, risulta infatti dipendente dal traffico e, di conseguenza, i costi corrispondenti, secondo i criteri individuati per la separazione tra gli aggregati Accesso e Trasporto nella contabilità di Telecom Italia, sono attribuibili ai servizi a traffico.

Nel corso del procedimento l'Autorità ha altresì ritenuto opportuno escludere dal perimetro del servizio i costi relativi a porte e flussi di interconnessione, in quanto già ripagati in altre modalità e consentire, per le sole reti NGN, l'inclusione di una quota dei costi degli apparati VoIP installati in sede d'utente, per tener conto dei costi delle funzioni di segnalazione per la gestione delle chiamate che nelle architetture PSTN tradizionali sono svolte dai nodi di commutazione (Stadio di Linea ed SGU).

L'Autorità è altresì intervenuta imponendo una quota massima per i costi generali e di struttura attribuibili ai servizi (non superiore al 10% dei costi già allocati) e richiedendo l'esclusione dei costi commerciali e di gestione della clientela. Al riguardo, tuttavia, in via temporanea e per ragioni di incentivo alla concorrenza, l'Autorità ha previsto l'inclusione di una quota dei costi non recuperabili legati all'avvio ed alla commercializzazione dei servizi, riconosciuti forfetariamente con un mark-up del 25% sui costi già allocati.

Nella propria decisione finale, l'Autorità ha rigettato la richiesta di Tele 2, approvando, sulla base delle analisi delle contabilità prodotte dagli operatori, i sequenti prezzi:

Fastweb 2,60 eurocent/min (per il periodo 4 agosto 2006 – 30 giugno 2007);

BT Italia 2,28 eurocent/min (per il periodo 7 agosto 2006 – 30 giugno 2007);

Tiscali 2,24 eurocent/min (per il periodo 31 gennaio 2007 – 30 giugno 2007).

Tale decisione è stata raggiunta consentendo a tutti gli operatori, sia coloro che hanno avanzato istanza di deroga, sia i restanti operatori interconnessi, un ampio contraddittorio innanzi all'Organo collegiale dell'Autorità, in linea con i criteri e le modalità previste dalla delibera n. 417/06/CONS, articolo 40, commi da 4 ad 8.

Allo stato, è in via di conclusione il procedimento di valutazione della richiesta avanzata dall'operatore Multilink di poter praticare un prezzo di terminazione sulla propria rete superiore al valore massimo fissato dall'Autorità.

Modello per la determinazione dei costi per la fornitura del servizio di fonia vocale di un operatore efficiente (c.d. Modello OLO)

Nel mese di maggio del 2007 gli uffici dell'Autorità, anche avvalendosi dell'apporto dei consulenti esterni, hanno provveduto a predisporre una prima versione del modello per la determinazione della tariffa di terminazione degli operatori alternativi.

Le modalità generali di funzionamento del modello e le assunzioni ad esso sottostanti sono state illustrate, separatamente, agli operatori alternativi notificati ai sensi della delibera n. 417/06/CONS ed all'operatore Telecom Italia, nell'ambito di un workshop, tenutosi a Roma in data 14 giugno 2007. A seguito del workshop, gli operatori hanno inviato all'Autorità le proprie osservazioni, affinché fossero tenute in conto nella predisposizione della versione finale del modello.

Successivamente, gli uffici dell'Autorità hanno invitato gli operatori a fornire i dati di *input* necessari per il funzionamento del modello e si sono resi, al contempo, disponibili a fornire agli stessi non solo risposte alle numerose richieste di chiarimenti per la compilazione, ma anche spiegazioni di carattere generale relative all'impostazione del modello. Gli operatori, nei mesi di ottobre e novembre 2007 hanno inviato agli uffici dell'Autorità i dati richiesti.

Il modello sviluppato dall'Autorità ha la finalità di individuare i costi che sosterrebbe un ideale operatore efficiente per la fornitura del servizio di fonia vocale. L'Autorità ha ritenuto che l'approccio più adatto a tal fine non potesse che essere di tipo ingegne-

ristico/economico, e più precisamente un modello BU LRAIC (*Bottom-Up Long Run Average Incremental Cost*). Questo tipo di modello permette l'integrazione dei dati di ogni singolo operatore nella struttura rappresentativa di un ipotetico operatore efficiente. In altri termini, si tratta di un modello adattabile alle previsioni di domanda degli operatori alternativi ed alla effettiva collocazione dei loro nodi di interconnessione. Il modello assume inoltre l'utilizzo da parte degli operatori di una rete di nuova generazione (*Next Generation Network* - NGN), basata su un'architettura a tre livelli; il modello adotta una metodologia prospettica per stimare i costi sostenuti dagli operatori alternativi per fornire il servizio di terminazione vocale sulle reti di telefonia fissa, accentuando di conseguenza il suo carattere innovativo.

Lo sviluppo del modello e le assunzioni ad esso sottostanti sono stati oggetto di una costante interlocuzione con gli Uffici della Commissione europea (in particolar modo con la DG InfoSoc). Inoltre, nell'ambito delle attività internazionali, il modello è stato presentato al gruppo di lavoro ERG FTR PT (*Fixed Termination Rates Project Team*), coordinato dall'Agcom.

L'Autorità, utilizzando il modello così strutturato e dopo averlo alimentato con i dati degli operatori, ha stabilito quanto segue: a) il raggiungimento nell'anno 2010 della simmetria tra tutte le tariffe di terminazione degli operatori di rete fissa, compresa quindi anche quella di Telecom Italia, ad un valore di 0,57 centesimi di euro al minuto; b) una discesa graduale dal 2007 al 2010 delle tariffe di terminazione degli operatori alternativi, secondo percorsi che tengono conto del grado di infrastrutturazione e della necessità dei vari operatori di divenire efficienti nel tempo.

Il Consiglio dell'Autorità ha approvato le risultanze del modello e le ha sottoposte a consultazione pubblica con la delibera n. 26/08/CONS, pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 43, del 20 febbraio 2008. Tenuto conto delle considerazioni formulate dai soggetti interessati intervenuti nel corso della consultazione pubblica e delle osservazioni espresse dalla Commissione europea, l'Autorità ha adottato il provvedimento finale il 14 maggio 2008 (delibera n. 251/08/CONS) in cui ha confermato le previsioni regolamentari indicate nello schema di provvedimento sottoposto a consultazione pubblica.

La decisione dell'Autorità rappresenta una importante innovazione nel contesto regolamentare europeo, sia perché viene stabilita una data per la perfetta simmetria tra la tariffa di Telecom Italia e quella dei concorrenti, sia perché a questo risultato si perviene mediante l'utilizzo, del tutto originale, di un modello economico predisposto con l'ausilio di consulenti internazionali e la collaborazione degli stessi operatori.

Il mercato della terminazione vocale su rete mobile di H3G

L'Autorità, con la delibera n. 628/07/CONS del 12 dicembre 2007, ha adottato il provvedimento finale concernente il "Mercato della terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili (mercato n. 16 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE): valutazione ai sensi dell'articolo 15, comma 4, della delibera n. 3/06/CONS, circa l'applicazione all'operatore H3G degli obblighi di cui all'articolo 50 del Codice delle comunicazioni elettroniche".

Con tale delibera, l'Autorità ha regolamentato, per la prima volta in Italia, le tariffe di terminazione delle chiamate vocali sulla rete mobile di H3G, fissando in 16,26 centesimi di euro al minuto il prezzo massimo che H3G può praticare, a partire dal 1° marzo 2008, per la fornitura del servizio di terminazione delle chiamate vocali sulla propria rete mobile. Inoltre, l'Autorità ha imposto ad H3G l'obbligo di contabilità dei costi, secondo le modalità già utilizzate per gli operatori TIM, Vodafone e WIND.

Più precisamente, nel procedere alla regolamentazione del mercato, l'Autorità ha, dapprima, verificato l'opportunità di imporre una forma di controllo sui prezzi dei servizi di terminazione di chiamate vocali praticati dall'operatore H3G e, successivamente, ha stabilito la misura più appropriata di intervento sui prezzi dei servizi di terminazione di chiamate vocali praticati dall'operatore H3G.

A tal fine, sono stati analizzati i potenziali problemi concorrenziali che potrebbero emergere in assenza di una regolamentazione dei prezzi di terminazione delle chiamate vocali sulla rete mobile di H3G ed è stata valutata l'efficacia dei diversi strumenti regolamentari a disposizione per promuovere lo sviluppo di un'effettiva concorrenza nel mercato e per garantire agli utenti il massimo beneficio sul piano della scelta e del prezzo. Inoltre, sono state esaminate le diverse metodologie disponibili (orientamento al costo, delayed approach, benchmarking internazionale) per determinare il prezzo di terminazione delle chiamate sulla rete di H3G.

La delibera, come di consueto, è stata adottata all'esito della consultazione pubblica (tenuta nel gennaio 2007) e dopo aver notificato – ai sensi dell'articolo 12, comma 3, del Codice delle comunicazioni – lo schema di provvedimento alle autorità di regolamentazione degli altri Stati membri e alla Commissione europea. Quest'ultima, il 2 agosto 2007, ha inviato all'Autorità una lettera con commenti relativa allo schema di provvedimento notificato, che autorizzava l'adozione del provvedimento finale.

Il mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali

L'Autorità, con la propria delibera n. 544/07/CONS del 31 ottobre 2007, ha definito i mercati rilevanti ed individuato le imprese dotate di significativo potere di mercato nel mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali (mercato n. 18 fra quelli identificati dalla raccomandazione 2002/311/CE).

In particolare, l'Autorità ha individuato tre mercati rilevanti per i servizi all'ingrosso di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali: il mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su piattaforma terrestre in tecnica analogica; il mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su piattaforma terrestre in tecnica digitale; il mercato nazionale dei servizi di diffusione radiofonica su piattaforma terrestre in tecnica analogica.

Con riferimento alla valutazione del significativo potere di mercato, l'Autorità, nella succitata delibera, ha riscontrato:

- a) una posizione di dominanza congiunta in capo a Rai e RTI nel mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica analogica;
- b) l'assenza al momento di una posizione dominante singola o congiunta in capo ad alcun operatore presente nel mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica digitale;
- c) una situazione di concorrenza effettiva nel mercato nazionale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre.

Successivamente, l'Autorità ha indetto, con la delibera n. 545/07/CONS del 5 novembre 2007, la consultazione pubblica nazionale (con contestuale richiesta di parere alla Commissione ai sensi dell'articolo 12 del Codice delle comunicazioni elettroniche), relativa agli obblighi regolamentari da adottare nei confronti delle imprese che, ai sensi della delibera n. 544/07/CONS, sono state individuate quali imprese aventi significativo potere nel mercato dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica analogica. Inoltre, l'Autorità, con la delibera n. 55/08/CONS del 6 febbraio 2008, ha disposto un'integrazione della consultazione pubblica condotta nel mese di novembre, sottoponendo al vaglio di tutti soggetti interessati lo schema di provvedimento nella medesima versione inviata alla Commissione europea, al fine di consentire loro di integrare le proprie osservazioni in merito.

A seguito delle due fasi di consultazione, l'Autorità, con propria delibera n. 159/08/CONS del 9 aprile 2008, ha infine definito l'insieme dei rimedi ritenuti dall'Autorità proporzionati ai potenziali problemi concorrenziali individuati nell'analisi del mercato. In particolare, l'Autorità ha imposto in capo agli operatori Rai e RTI i seguenti obblighi:

- (i) obbligo di accesso e uso di determinate risorse, che consente alle emittenti terze di sviluppare ed integrare le proprie reti, favorendo così la competizione nel mercato;
- (ii) obbligo di trasparenza, al fine di facilitare le contrattazioni tra le parti, di ridurre i margini di contenzioso tra gli operatori e di garantire le medesime informazioni a tutti i soggetti che intendono estendere ed integrare le proprie reti di diffusione del segnale televisivo. La pubblicazione di un'offerta di riferimento in cui si sostanzia tale obbligo permette, agli operatori terzi, una pianificazione più agevole delle attività di integrazione e sviluppo della propria rete;
- (iii) obbligo di non discriminazione, per garantire che gli operatori verticalmente integrati, aventi significativo potere di mercato, pratichino una effettiva parità di trattamento interna-esterna tra le emittenti terze concorrenti e le società controllate o collegate;
- (iv) obbligo di separazione contabile, per verificare la corretta applicazione degli obblighi di non discriminazione ed assicurare, quindi, la effettiva parità di trattamento interna-esterna.

Il mercato dell'accesso ad Internet in modalità dial-up

Con la delibera n. 606/07/CONS, l'Autorità ha concluso l'analisi del mercato al dettaglio dei servizi di accesso commutato (*dial-up*) ad Internet, avviata, su preciso invito da parte della Commissione europea, con la delibera n. 589/06/CONS.

L'analisi svolta dall'Autorità ha portato alla definizione di un mercato rilevante non incluso tra quelli elencati nella Raccomandazione della Commissione relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche dell'11 febbraio 2003. L'Autorità, pertanto, ha ritenuto necessario verificare se i tre criteri elencati nella Raccomandazione, affinché un mercato sia suscettibile di regolamentazione ex ante, fossero cumulativamente soddisfatti.

La valutazione del primo e del secondo criterio della Raccomandazione (sussistenza di forti ostacoli non transitori all'accesso e di caratteristiche che inducano a ritenere che nel mercato non si svilupperanno condizioni di concorrenza effettiva) ha porta-

to l'Autorità ad escludere che il mercato dell'accesso ad Internet manifesti aspetti strutturali che possano condizionare l'ingresso di concorrenti potenziali. Al contrario, l'analisi ha evidenziato la presenza sul mercato di due tipologie di attori di dimensioni differenti: gli operatori di telecomunicazioni e gli Internet Service Provider. La presenza di tali operatori, l'efficacia della relativa regolamentazione all'ingrosso, l'assenza di barriere all'ingresso, l'assenza di costi non recuperabili, lo scarso peso delle economie di scala in relazione alla modesta capacità produttiva necessaria a fornire il servizio e la possibilità, per gli utenti, di cambiare facilmente il fornitore del servizio, hanno concorso ad individuare una struttura di mercato tendenzialmente concorrenziale.

Benché il test dei tre criteri fornisse indicazioni circa la concorrenzialità del mercato, l'Autorità ha voluto comunque approfondire alcuni aspetti evolutivi del mercato al dettaglio dei servizi di accesso ad Internet in modalità dial-up. Su di esso, infatti, gravavano in capo a Telecom Italia alcuni obblighi derivanti da precedenti delibere dell'Autorità, per la cui rimozione si è ritenuto opportuno approfondire l'analisi. Tali obblighi discendevano sia da una precedente analisi condotta nell'ambito del quadro regolamentare europeo ONP del 1998, sia dall'analisi del mercato della terminazione delle chiamate nella rete telefonica pubblica, in base alla quale l'Autorità aveva imposto a Telecom Italia l'obbligo di non differenziare le tariffe al dettaglio su numerazioni dedicate a servizi dial-up on-net ed off-net ed il mantenimento degli obblighi di non discriminazione e trasparenza.

Il procedimento, che ha acquisito il parere favorevole sia da parte della Commissione europea che dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, ha portato alla revoca degli obblighi in capo a Telecom Italia.

I mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici

L'Autorità, con delibera n. 605/07/CONS del 4 dicembre 2007, ha concluso l'analisi dei mercati della terminazione internazionale verso singole direttrici, avviata ad ottobre 2006 con la pubblicazione della delibera n. 588/06/CONS.

Il mercato della terminazione internazionale, relativo al servizio all'ingrosso di instradamento e terminazione delle chiamate destinate all'estero, era già stato oggetto di esame da parte dell'Autorità nell'ambito dell'analisi del mercato n. 9 (mercato della terminazione delle chiamate nella rete telefonica pubblica in postazione fissa), di cui alla delibera n. 417/06/CONS. In tale contesto, l'Autorità aveva ritenuto non suscettibile di regolamentazione ex ante il mercato della terminazione internazionale e aveva, quindi, revocato gli obblighi in capo a Telecom Italia relativamente al servizio di terminazione delle chiamate verso l'estero. Tuttavia, poiché la suddetta analisi era stata condotta su dati aggregati per zone tariffarie, l'Autorità non aveva escluso completamente l'esistenza di un insufficiente livello concorrenziale per alcune specifiche destinazioni di traffico disponendo, pertanto, l'avvio di un'analisi del mercato della terminazione internazionale verso singole direttrici.

L'analisi dei mercati della terminazione internazionale ha portato all'individuazione di 217 mercati rilevanti, uno per ogni direttrice di destinazione della chiamata, relativi al servizio di terminazione internazionale, sia su rete fissa, sia su rete mobile, e con dimensione nazionale.

Trattandosi di mercati non inclusi esplicitamente tra quelli elencati nella Raccomandazione, l'Autorità ha condotto il test dei tre criteri per valutarne la suscettibilità di regolamentazione *ex ante*. Dei 217 mercati rilevanti individuati, 112 mercati sono risultati suscettibili di regolamentazione *ex ante*, in quanto i tre criteri sono risultati soddisfatti in modo cumulativo. Per i restanti 105 mercati rilevanti, il secondo criterio (presenza di caratteristiche che inducono a ritenere che nel mercato non si svilupperanno, con il passare del tempo, condizioni di concorrenza effettiva) non è risultato soddisfatto; pertanto, tali mercati non sono risultati suscettibili di regolamentazione *ex ante*.

L'analisi del grado di concorrenza presente nei 112 mercati rilevanti suscettibili di regolamentazione *ex ante* non ha – tuttavia – evidenziato l'esistenza di operatori aventi significativo potere di mercato. Nel documento sottoposto a consultazione pubblica (delibera n. 288/07/CONS), l'Autorità ha ritenuto, quindi, di non imporre obblighi di carattere regolamentare.

All'esito della consultazione pubblica ed acquisiti i previsti pareri della Commissione europea e dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, l'Autorità ha adottato la delibera conclusiva dell'analisi dei mercati della terminazione internazionale (delibera n. 605/07/CONS) con cui ha confermato l'orientamento espresso nel documento di consultazione pubblica.

Estensione dell'elenco degli operatori notificati nel mercato della terminazione di rete fissa

In data 24 gennaio 2008, l'Autorità ha avviato, con la delibera n. 693/07/CONS, approvata in data 19 dicembre 2007, una consultazione pubblica volta ad estendere l'elenco degli operatori notificati ai sensi della delibera n. 417/06/CONS quali detentori di significativo potere di mercato nel mercato della terminazione di rete fissa (mercato n. 9), nonché ad imporre a tali imprese i relativi obblighi regolamentari.

La proposta di provvedimento sottoposta a consultazione pubblica ha subito – all'esito di tale consultazione – alcune modifiche ed è stata inviata alla Commissione europea ed all'Autorità garante della concorrenza e del mercato per i rispettivi pareri. Il documento in questione identifica ventinove "nuovi operatori" da notificare come aventi significativo potere di mercato nel mercato della terminazione sulla propria rete fissa ovvero: Acantho S.p.A., ADR TEL S.p.A., Alpikom S.p.A., Brennercom S.p.A., CSINFO S.p.A., ConsiagNet S.p.A., Consorzio Terrecablate, Decatel S.r.I., Elinet S.p.A., Energ.it S.p.A., Fly Net S.p.A., Freeway S.r.I., Intermatica S.r.I., OkCom S.p.A., Phonica S.p.A., Rita S.r.I., Thunder S.p.A., Trans World Communications S.p.A., Karupa S.p.A., Satcom S.p.A., Società Trasporto Telematico S.p.A., Teleunit S.p.A., TEX97 S.p.A., TWT S.p.A., Uno Communications S.p.A., Verizon Italia S.p.A., Vive la Vie S.p.A., Vodafone Omnitel N.V, Wavecrest Italia S.p.A..

Lo schema di provvedimento, tuttavia, prevede solo per sei dei ventinove nuovi operatori (c.d. "infrastrutturati" ovvero Brennercom, FlyNet, Satcom, Tex97, Uno Communications, Vodafone) obblighi regolamentari analoghi a quelli imposti, con delibera n. 417/06/CONS, agli undici operatori già notificati. Si tratta, in particolare, degli obblighi di accesso, di trasparenza, di non discriminazione e di controllo dei prezzi. Per i restanti ventitré operatori, presentando questi ultimi dimensioni economiche e di mercato generalmente inferiori a quelle degli altri operatori su individuati, si prevede invece unicamente l'imposizione dell'obbligo di trasparenza, poiché l'imposizione degli altri obblighi specifici non risulterebbe proporzionata.

Il documento inoltre prevede che - sulla base del principio della promozione della concorrenza basata su infrastrutture - per tutti gli operatori notificati (dunque, anche quelli di cui alla delibera n. 417/06/CONS), i prezzi di terminazione siano comunque simmetrici a quelli di Telecom Italia per le chiamate terminate attraverso accessi a banda larga all'ingrosso attestati presso centrali già aperte all'unbundling.

La medesima proposta di delibera, nel notificare l'operatore Vodafone quale detentore di significativo potere di mercato anche per la prestazione del servizio di terminazione verso numerazioni geografiche portate su rete mobile (c.d. servizi convergenti), rimanda la definizione di obblighi contabili e di regolazione dei prezzi per tale tipo di servizi al procedimento istruttorio relativo all'analisi del mercato della terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili (mercato n.16).

La delibera finale sarà adottata a seguito dell'acquisizione dei pareri della Commissione europea e dell'Autorità Antitrust.

2.2. La telefonia fissa

Nel periodo compreso tra il mese di maggio 2007 e il mese di aprile 2008, gli interventi posti in essere dall'Autorità, con riferimento alle tematiche inerenti la telefonia fissa, ed in particolare l'attività di regolamentazione e vigilanza nel rispetto del quadro normativo vigente hanno riguardato i seguenti aspetti:

- i. verifica della contabilità regolatoria degli operatori di rete fissa notificati;
- ii. verifica del costo netto del servizio universale sostenuto da Telecom Italia;
- iii. gara a procedura aperta per l'affidamento dell'incarico relativo alla verifica della contabilità regolatoria e al controllo del calcolo del costo netto del servizio universale;
- iv. approvazione dell'offerta di riferimento 2007 per i servizi di raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa (mercati n. 8, n. 9 e n. 10) e dell'offerta di riferimento 2006 e 2007 per i servizi di accesso disaggregato all'ingrosso alle reti e sottoreti metalliche e ai servizi di co-locazione (mercato n. 11);
- v. approvazione dell'offerta di riferimento 2007 per il servizio Wholesale Line Rental (WLR);
- vi. implementazione delle procedure di migrazione dei clienti tra operatori previste dalla delibera n. 274/07/CONS;
- vii. verifica delle condizioni di offerta al pubblico praticate dall'operatore *incumbent* attraverso il listino generalizzato;

viii. analisi delle condizioni di offerta al pubblico praticate da Telecom Italia attraverso pacchetti sconto e offerte specifiche;

- ix. variazione dei prezzi delle comunicazioni da apparati di telefonia pubblica;
- x. analisi delle condizioni di offerta al pubblico delle linee affittate praticate da Telecom Italia;
- xi. revisione del Piano Nazionale di Numerazione (il PNN fa riferimento anche alla telefonia mobile e ad Internet).

Verifica della contabilità regolatoria dell'operatore di rete fissa notificato come avente notevole forza di mercato

L'attività di verifica della contabilità regolatoria persegue, in generale, lo scopo di certificare la conformità, con il quadro normativo vigente, della rendicontazione contabile prodotta dagli operatori di telecomunicazioni detentori di significativo potere di mercato.

La società Mazars & Guerard è stata incaricata dall'Autorità quale organismo indipendente per effettuare la verifica e la certificazione del sistema contabile prodotto dalla società Telecom Italia in ottemperanza agli obblighi specifici di rendicontazione contabile dettati dal quadro normativo vigente.

L'oggetto della verifica riguarda la contabilità regolatoria, relativamente ai servizi all'ingrosso e al dettaglio offerti su rete fissa, dalla società Telecom Italia.

Il revisore Mazars & Guerard è stato incaricato di verificare la conformità della contabilità regolatoria relativa agli anni 2002, 2003 e 2004 alla delibera n. 152/02/CONS recante "Misure atte a garantire la piena applicazione del principio di parità di trattamento interna ed esterna da parte degli operatori aventi notevole forza di mercato nella telefonia fissa" e alla delibera n. 399/02/CONS recante "Linee guida per la contabilità a costi correnti per gli operatori notificati di rete fissa e mobile e misure in materia di predisposizione della contabilità regolatoria da parte degli operatori mobili".

In merito all'attività svolta dal revisore nel periodo di riferimento, si fa presente che l'Autorità ha ritenuto opportuno modificare l'ordine temporale di verifica della contabilità regolatoria procedendo, in primo luogo, alla revisione della contabilità relativa all'esercizio 2004 e, successivamente, a ritroso, alla verifica degli esercizi contabili 2003 e 2002. Tale scelta ha trovato motivazione nella necessità di consentire un'anticipazione della revisione della contabilità più recente al fine di disporre di dati contabili verificati da utilizzare sia per lo svolgimento dei *test* di prezzo delle offerte *retail* presentate da Telecom Italia, sia per fornire, mediante la pubblicazione del documento di revisione, maggiore trasparenza al mercato.

Ciò premesso, l'Autorità, a valle dell'attività di revisione svolta dalla società Mazars & Guerard sulla contabilità regolatoria prodotta dalla società Telecom Italia per l'esercizio 2004, ha adottato la delibera n. 351/07/CONS recante "Pubblicazione della descrizione e delle relazioni di conformità del sistema di contabilità dei costi, di separazione contabile e della contabilità regolatoria di Telecom Italia, relative all'esercizio 2004".

Successivamente, la società Mazars & Guerard, sulla base del piano di lavoro approvato e di quanto previsto dalle delibere dell'Autorità n. 217/04/CONS e n. 324/04/CONS relative alla gara a procedura aperta per l'affidamento dell'incarico di verifica della contabilità stessa, ha effettuato e completato l'attività di revisione della contabilità regolatoria prodotta da Telecom Italia relativa sia all'esercizio 2003 sia all'esercizio 2002. Le relazioni sulla contabilità regolatoria di Telecom Italia per gli esercizi 2003 e 2002, redatte dalla società di revisione, con le relative tabelle di dettaglio, sono state pubblicate sul sito web dell'Autorità.

La società Mazars & Guerard, avendo stipulato il contratto per la fornitura del servizio in seguito all'aggiudicazione della gara a procedura aperta, indetta con la delibera n. 744/06/CONS, è attualmente impegnata nell'attività di verifica della contabilità regolatoria di rete fissa presentata dalla società Telecom Italia, per l'esercizio 2005 e seguenti.

Verifica del costo netto del servizio universale sostenuto da Telecom Italia

Con la delibera n. 22/06/CIR, come riportato nella precedente Relazione annuale al Parlamento, l'Autorità ha sottoposto a consultazione pubblica alcune innovazioni di natura metodologica per il calcolo del costo netto del servizio universale che sarebbero state approvate con uno specifico provvedimento e introdotte per la verifica del costo netto degli anni successivi al 2003.

L'Autorità, con la delibera n. 1/08/CIR recante "Servizio universale: metodologia di calcolo del costo netto e finanziamento del servizio universale" ha quindi stabilito, a conclusione della consultazione pubblica precedentemente avviata, l'introduzione dei

nuovi criteri metodologici per il calcolo del costo netto del servizio universale sostenuto dalla società Telecom Italia.

In particolare, tali nuovi criteri riguardano sinteticamente i seguenti aspetti:

- la definizione del bacino di aree potenzialmente non remunerative effettuata sulla base dell'utilizzo di parametri specifici legati sia a elementi demografici, sia territoriali, nonché relativi alla specifica struttura della rete di Telecom Italia;
- la definizione del tasso di remunerazione del capitale (WACC) applicato al capitale impiegato;
- la valorizzazione a costi storici dei cespiti della rete di accesso e a costi correnti per i cespiti della rete di trasporto, al fine di garantire una coerenza metodologica nell'ambito della contabilità regolatoria e delle delibere adottate dall'Autorità;
- l'individuazione degli Apparecchi Telefonici Pubblici (ATP) potenzialmente non remunerativi mediante la considerazione della soglia massima di ATP installati ai sensi di quanto stabilito con la delibera n. 290/01/CONS, in particolare, il costo netto dichiarato da Telecom Italia per gli ATP che superano tale soglia, non risulterebbe ammissibile al finanziamento del servizio universale;
- l'aggiornamento del calcolo delle quote di contribuzione al fondo di finanziamento del servizio universale in capo agli operatori di telecomunicazione, mediante la previsione dell'inclusione per intero di tutti i costi e i ricavi afferenti ai servizi di telefonia vocale;
- la riconsiderazione del meccanismo di esenzione dalla contribuzione al fondo di finanziamento del servizio universale.

In merito alla tempistica relativa all'applicazione dei nuovi criteri di calcolo, la summenzionata delibera n. 1/08/CIR stabilisce che, per il calcolo del costo netto del servizio universale, relativamente agli anni 2004 e 2005, vengano mantenuti inalterati i criteri di quantificazione a eccezione di quello inerente all'identificazione del bacino di aree potenzialmente non remunerative. A tale riguardo Telecom Italia dovrà presentare il calcolo del costo netto del servizio universale degli esercizi 2004 e 2005 effettuato secondo quanto stabilito nell'ambito del provvedimento stesso.

La nuova metodologia di calcolo del costo netto del servizio universale verrà applicata nella sua interezza a partire dalle valutazioni inerenti all'esercizio 2006 e per un periodo non inferiore a tre esercizi contabili. Ai sensi della delibera n. 1/08/CIR Telecom Italia presenterà, altresì, entro 180 giorni dalla notifica del suddetto provvedimento la relazione di calcolo del costo netto del servizio universale per l'anno 2006 redatta sulla base dei nuovi criteri dettati dal provvedimento stesso.

In merito alla verifica del costo netto del servizio universale sostenuto da Telecom Italia per gli anni 2004 e 2005, si richiama che l'Autorità ha già avviato i relativi procedimenti istruttori concernente l'analisi e l'applicabilità del meccanismo di ripartizione e valutazione dell'eventuale costo netto del servizio universale, determinando, per entrambi gli anni, l'iniquità dell'onere e l'applicabilità del meccanismo di ripartizione del costo netto del servizio universale. Le attività di revisione, svolte dal soggetto incaricato, la società Europe Economics, saranno avviate in seguito alla consegna, da parte di Telecom Italia, delle relazioni di calcolo elaborata sulla base di quanto stabilito dalla delibera n. 1/08/CIR.

Per quanto concerne l'anno 2006, il procedimento istruttorio concernente l'ana-

lisi e l'applicabilità del meccanismo di ripartizione e valutazione dell'eventuale costo netto del servizio universale sarà avviato successivamente alla consegna della relazione di calcolo redatta secondo la nuova metodologia prevista dalla delibera n. 1/08/CIR.

Infine, per quanto riguarda la verifica del calcolo del costo netto del servizio universale sostenuto da Telecom Italia nell'esercizio 2007, Telecom Italia dovrà presentare all'Autorità, così come previsto ai sensi della delibera n. 1/08/CIR, la relazione di calcolo entro il 15 novembre 2008.

Gara a procedura aperta per l'affidamento dell'incarico relativo alla verifica della contabilità regolatoria e al controllo del calcolo del costo netto del servizio universale

L'Autorità nel periodo di riferimento ha svolto le attività conseguenti all'indizione, con la delibera n. 744/06/CONS, della gara a procedura aperta per l'affidamento dell'incarico relativo alla verifica della contabilità regolatoria, per gli anni 2005, 2006 e 2007, degli operatori di rete fissa e di rete mobile notificati quali aventi notevole forza di mercato e per il controllo del calcolo del costo netto sostenuto dal soggetto incaricato di fornire il servizio universale per gli anni 2005 e 2006.

Svolte dagli uffici competenti dell'Autorità le varie fasi relative allo svolgimento della procedura di gara, sono state nominate le Società aggiudicatarie e sono stati stipulati con queste i relativi contratti dando così loro la possibilità di intraprendere le attività di verifica e di controllo.

Approvazione dell'offerta di riferimento per i servizi di raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa (mercati n. 8, n. 9 e n. 10) e per i servizi di accesso disaggregato all'ingrosso alle reti e sottoreti metalliche e ai servizi di co-locazione (mercato n. 11)

Con la pubblicazione della delibera n. 107/07/CIR, l'Autorità ha approvato, con modifiche, l'offerta di riferimento 2007 di Telecom Italia per i servizi, offerti agli operatori interconnessi, di raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa (mercati n.8, n.9 e n.10 fra quelli identificati dalla Raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE) e l'offerta di riferimento per il 2007 relativa ai servizi di accesso disaggregato all'ingrosso alle reti e sottoreti metalliche⁸⁷ e ai servizi di co-locazione (mercato n.11 fra quelli identificati dalla citata Raccomandazione della Commissione europea) che consentono all'operatore interconnesso di allocare i propri apparati presso le centrali locali di Telecom Italia.

Con riferimento ai mercati nn. 8, 9 e 10, l'Autorità ha verificato il rispetto dei vincoli di *network cap* previsti ai sensi dalla delibera n. 417/06/CONS. Le principali modifiche disposte all'offerta di interconnessione per il 2007 hanno riguardato i servizi orientati al costo, tra i quali figurano i servizi di raccolta per l'accesso ad Internet in

⁸⁷ Cosiddetto unbundling del local loop, il servizio che consente all'operatore l'accesso alla rete in rame di Telecom Italia per la copertura dell'ultimo miglio" e la fornitura dei tradizionali servizi di fonia e di servizi a banda larga.

modalità *dial-up* su numerazione 700, 702 e, ove applicabile, 709 su base forfettaria (FRIACO), prevedendo un canone annuo per capacità pari a 2 Mbit/s non superiore al valore pubblicato nell'offerta di riferimento 2006 e, comunque, garantendo il principio di replicabilità delle corrispondenti offerte *retail* di Telecom Italia.

Nell'ambito del suddetto procedimento l'Autorità ha, inoltre, dettagliato le condizioni attuative del vigente quadro regolamentare concernente la fatturazione per l'accesso di abbonati di Telecom Italia ai servizi offerti su numerazioni non geografiche di altri operatori.

Le modifiche richieste dall'Autorità all'offerta 2007 di Telecom Italia per i servizi di interconnessione, hanno disposto, infine, la riformulazione delle procedure per i servizi di *Service Provider Portability* e di *Carrier Preselection* in ottemperanza a quanto previsto dall'articolo 14, comma 40, e dall'articolo 25 della delibera n. 417/06/CONS.

Per quanto riguarda l'offerta di riferimento di Telecom Italia relativa ai servizi di accesso disaggregato all'ingrosso (ivi compreso l'accesso condiviso) alle reti e sottoreti metalliche, ai fini della fornitura di servizi a banda larga e vocali, mercato n.11 fra quelli identificati dalla Raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE, l'Autorità ha verificato il rispetto da parte di Telecom Italia del vincolo di *network cap* ai sensi dell'articolo 36, comma 1, della delibera n. 4/06/CONS. Tra le principali modifiche disposte all'offerta di riferimento si evidenzia quella relativa ai prezzi dei servizi di co-locazione (servizi di energia, condizionamento e spazi per la co-locazione degli apparati) sia per l'anno 2006 che per l'anno 2007, sulla base dei criteri fissati dalla delibera n. 4/06/CONS e dalla delibera n. 83/06/CIR.

L'Autorità ha, altresì, imposto a Telecom Italia di adeguare l'offerta di riferimento 2007 in merito agli *SLA* di *assurance* dei servizi di accesso disaggregato all'ingrosso alle reti e sottoreti metalliche inserendo le penali sia nel caso in cui il ripristino del servizio avvenga al di fuori dei tempi garantiti sia con riferimento alle condizioni di fornitura del VULL (*Virtual Unbundling*).

Approvazione dell'offerta di riferimento 2007 per il servizio Wholesale Line Rental (WLR)

Il servizio WLR è stato introdotto dall'Autorità per consentire agli operatori concorrenti di acquisire, anche nelle aree non aperte all'unbundling (le uniche ove il WLR è disponibile), clienti in modalità simile all'unbundling ove il cliente non ha più rapporti commerciali con Telecom Italia.

Con la pubblicazione della delibera n. 114/07/CIR, l'Autorità ha approvato, con modifiche, l'offerta di riferimento 2007 di Telecom Italia per il servizio *Wholesale Line Rental* (WLR) pubblicata il 15 gennaio 2007, ai sensi della delibera n. 694/06/CONS. Si fa presente che il servizio intermedio in argomento, disciplinato dall'Autorità per quanto riguarda le condizioni attuative riportate nell'offerta di riferimento a fine 2007, diviene operativo per la prima volta nei primi mesi del 2008. Tale servizio consente quindi agli operatori interconnessi alle rete di Telecom Italia di fornire contestualmente ai propri clienti nelle aree non coperte dall'*unbundling* sia l'accesso alla rete telefonica sia il servizio di traffico telefonico, in modalità simile a quanto offerto in presenza dell'*unbundling*.

Tra le principali modifiche apportate all'offerta di riferimento 2007 di Telecom

Italia per il servizio in argomento, si evidenzia l'obbligo, per Telecom Italia, di rendere disponibile il servizio WLR ed i relativi servizi accessori anche nel caso specifico di linee attestate su stadi di linea aperti ai servizi di accesso disaggregato alla rete locale sui quali, per cause tecniche, non sia possibile fornire linee in *unbundling*. Inoltre, al fine di garantire all'operatore WLR, nel rispetto di quanto previsto dalla delibera n. 152/02/CONS, la replicabilità delle offerte commerciali di Telecom Italia, la delibera n. 114/07/CIR dispone, altresì, che Telecom Italia ribalti tutte le promozioni commerciali fornendo sia agli operatori concorrenti sia all'Autorità un preavviso rispetto alla data di introduzione di suddette promozioni. La delibera n. 114/07/CIR dispone, infine, la riduzione dei costi *una tantum* per l'avvio e l'attivazione del servizio WLR da parte dell'operatore concorrente. Altre modifiche apportate all'offerta di riferimento 2007 di Telecom Italia per il servizio WLR hanno riguardato il perfezionamento del meccanismo di *Waiting List* relativo agli ordinativi di attivazione del servizio WLR e l'introduzione di una penale in caso di rigetto ingiustificato degli ordinativi di linee WLR.

Implementazione delle procedure di migrazione dei clienti tra operatori previste dalla delibera n. 274/07/CONS

Le procedure di passaggio dei clienti tra gli operatori di rete fissa con l'utilizzo di qualsiasi servizio intermedio (ULL, SA, ULL dati, WLR, *bitstream*, *bitstream* naked) sono state regolamentate dall'Autorità con la delibera n. 274/07/CONS.

La suddetta delibera ha introdotto una procedura di migrazione tra operatori che, oltre ad ottemperare a quanto disposto in merito dalla legge Bersani, con riferimento alla tempistica massima di 30 giorni per il cambio operatore, sincronizza la migrazione della risorsa di accesso (doppino in rame, *bitstream*, ecc.) alla portabilità del numero, garantendo al cliente un disservizio ridotto al minimo.

In particolare, la delibera n. 274/07/CONS ha suddiviso il processo di migrazione nelle seguenti tre fasi. La fase 1 in cui il cliente finale si rivolge all'operatore *Recipient* manifestando la propria volontà di disattivare il servizio in essere con l'operatore *Donating* per attivarne uno nuovo con l'operatore *Recipient*. La fase 2 in cui l'operatore *Recipient* comunica a quello *Donating* la richiesta di migrazione del cliente. La fase 3 in cui l'operatore *Recipient* trasmette la richiesta di migrazione alla Direzione *Wholesale* di Telecom Italia che, a sua volta, cessa il servizio attivo con l'operatore *Donating* ed attiva il nuovo servizio con l'operatore *Recipient* completando, di conseguenza, la migrazione del servizio.

Gli operatori *Donating* e *Recipient* possono interrompere il processo di migrazione del cliente solo in casi eccezionali, sulla base di causali di scarto specificatamente associate ad un problema tecnico. Tuttavia il cliente finale può esercitare il diritto di recesso (ripensamento) secondo quanto previsto dalla normativa vigente.

L'implementazione della suddetta procedura nei sistemi informatici degli operatori ha visto una intensa attività di definizione delle specifiche tecniche, terminata nel mese di marzo 2008. La disponibilità effettiva per i clienti delle nuove procedure di passaggio tra gli operatori, secondo gli impegni presi dagli operatori, è a partire da giugno 2008.

Uno degli elementi cardine delle procedure di passaggio dei clienti è rappresentato dalla disponibilità di un codice, cosiddetto "codice di migrazione", comunicato al cliente dal proprio fornitore di servizi. Tale codice contiene tutte le informazioni tecniche necessarie all'operatore subentrante, *Recipient*, al fine di indirizzare una corretta richiesta di migrazione del servizio alla Direzione *Wholesale di* Telecom Italia.

Il codice di migrazione potrà essere fornito al cliente dall'operatore su richiesta (push) via call center (anche attraverso sistemi di risposta automatici - IVR). Nella fase a regime tutti gli operatori implementeranno, in aggiunta a tale procedura, un sistema di tipo a consegna senza richiesta (pull) basato su web o su comunicazione scritta. Il sistema basato su call center o IVR dovrà essere reso disponibile in ogni caso, anche a seguito della implementazione via web, a favore ad esempio di quei clienti che non potessero, per varie ragioni, accedere da Internet. Comunque, il sistema basato su call center dovrà rispettare i seguenti principi: 1) facilità di accesso alle informazioni da parte del cliente e invio del codice di migrazione su richiesta in forma scritta; 2) comunicazione del codice di migrazione senza ingiustificati ritardi.

Verifica delle condizioni di offerta al pubblico praticate dall'operatore incumbent attraverso il listino generalizzato

Nel periodo dal mese di maggio 2007 al mese di aprile 2008 è proseguita da parte dell'Autorità l'attività di controllo dei prezzi praticati alla generalità della clientela, realizzata attraverso l'applicazione del meccanismo di *price cap* stabilito dalla delibera n. 642/06/CONS per i mercati dei servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile (mercati n. 3 e n. 5 fra quelli identificati dalla Raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE) e dalla delibera n. 33/06/CONS per i mercati al dettaglio dell'accesso alla rete telefonica pubblica (mercati n. 1 e n. 2 della Raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE).

Per quanto riguarda i servizi a traffico, il nuovo regime di controllo dei prezzi si applica al triennio 2007 - 2009 (articolo 12 della delibera n. 642/06/CONS) mentre per i servizi di accesso (canoni e contributi *una tantum*), non sono stati previsti, a partire dal 2008, vincoli sul livello dei prezzi. Si ricorda che la delibera n. 33/06/CONS ha introdotto alcune modifiche al preesistente meccanismo di controllo dei prezzi. In particolare, al pari della delibera n. 642/06/CONS, ha previsto, in luogo del valore dell'IPC (Indice dei Prezzi al Consumo per le famiglie di operai e impiegati rilevato dall'ISTAT), comprensivo dei tabacchi, sin qui utilizzato, l'adozione del medesimo indice valutato su un paniere che esclude i consumi di tabacchi. La normativa vigente ha inoltre operato una distinzione tra il segmento affari ed il segmento residenziale, individuando un *cap* pari a IPC-0 per la valorizzazione del *basket* dei consumi della clientela affari ed un *cap* pari a IPC-IPC per quella del *basket* dei consumi della clientela residenziale (in precedenza era previsto un unico *cap*, pari a IPC-0, per l'intero *basket* dei servizi di accesso ed un *sub cap*, pari a IPC-IPC, limitatamente al *basket* dei canoni residenziali).

La tabella 2.2. riporta i vincoli imposti dal meccanismo del *price cap* alla variazione percentuale delle valorizzazioni dei *basket* dei consumi dei servizi oggetto di controllo, determinati a partire dal valore dell'IPC per gli anni 2007 e 2008.

Tabella 2.2.	Vincoli di price cap pe	er ali anni 2007 e 2008
--------------	-------------------------	-------------------------

Aggregati		da de nn. 33/(er il 2007 Hibere 06/CONS 06/CONS	Vincoli per il 2008 da delibera n. 642/06/CONS	
0880	Residenziali	IPC - IPC	0%		
Accesso	Affari	IPC - 0%	+ 2,0%		
ile e inale	Residenziali	IPC - IPC	0%	IPC - IPC	0%
Locale e nazionale	Affari	IPC – IPC	0%	IPC - IPC	0%
Retention sso-mobile	Residenziali	IPC - 6%	- 4,0%	IPC - 6%	-4,3%
<i>Retention</i> fisso- mobi	Affari	IPC - 6%	- 4,0%	IPC - 6%	-4,3%

Fonte: Autorità

Si fa presente, tra l'altro, che di tale opportunità Telecom Italia si è avvalsa nel corso del 2007. La delibera n. 642/06/CONS ha previsto che, a partire dal 1º luglio 2007, i vincoli per i servizi a traffico potessero essere fissati sulla base di un IPC-0 qualora l'Autorità avesse verificato l'effettuazione da parte dell'impresa di investimenti finalizzati al miglioramento degli obiettivi di qualità dei servizi di telefonia vocale fissa e del servizio universale. A tal fine l'Autorità prende a riferimento i valori degli indicatori di qualità di cui alla delibera n. 254/04/CSP.

Nel periodo dal mese di maggio 2007 al mese di aprile 2008, è stato realizzato da Telecom Italia un solo intervento, articolato in due tempi, sul listino dei canoni e contributi, con decorrenze 1° aprile, per la clientela affari e residenziale, e 1° ottobre 2007 per la sola clientela affari. Si riportano di seguito i nuovi prezzi proposti da Telecom Italia raffrontati con quelli in vigore prima della manovra (tabelle 2.3. e 2.4.).

Tabella 2.3. Contributi una tantum con decorrenza 1º aprile 2007 (euro IVA esclusa)

		Clientela residenziale		Cliente	la affari
		ante	dal 1°	ante	dal 1°
	Contributi una tantum	manovra	aprile 2007	manovra	aprile 2007
z	Nuovi impianti	125,00	80,00	200,00	80,00
ST	Traslochi e trasformazioni			100,00	60,00
۵	Passaggio da OLO a TI	125,00	80,00	200,00	80,00
_	Nuovi impianti	100,00	80,00	112,00	80,00
Ö	Traslochi e trasformazioni	25,00	60,00	25,00	60,00
IS	Passaggio da OLO a TI	100,00	80,00	112,00	80,00

Fonte: Autorità

Tabella 2.4. Canoni della clientela affari con decorrenza 1° aprile e 1° ottobre 2007 (euro IVA esclusa)

	Canoni abbonamento clientela affari		Prezzi	
		Ante	dal 1°	dal 1°
Z	Collegamenti Bidirezionali – Ctg.A	manovra 20,80	21,80	22,50
PS	Collegamenti Unidirezionali Entranti – Ctg.A	20,80	21,80	22,50

Fonte: Autorità

La tabella che segue (tabella 2.5.) riassume la situazione delle valorizzazioni del basket dei consumi di riferimento successiva alla manovra proposta:

Tabella 2.5. Variazione delle valorizzazioni dei basket dei servizi di accesso con decorrenza 1° aprile e 1° ottobre 2007

Clientela residenziale (1º aprile 2007)			Clientela affari (1° aprile 2007)		Clientela affari (1º ottobre 2007)		
	variazione		variazion	е	variazione	variazione	
valore <i>basket</i>		valore bask	valore <i>basket</i>		valore <i>basket</i>		
(min euro) %88		(min euro) %1	(min euro)	% ¹		
Contributi	- 21,40 -	27,56%	- 26,75	- 42,28%	- 26,75	- 42,28%	
Canoni	+0,0	+ 0,0%	+ 38,16	+ 2,06%	+ 64,86	+ 3,50%	
Complesso dei servizi di accesso	- 21,40	- 0,83%	+ 11,41	+ 0,59%	+38,12	+ 1,99%	

Fonte: Autorità

La valutazione della manovra, con riferimento al rispetto dei vincoli di cap stabiliti per l'anno 2007, presuppone la determinazione di eventuali riporti dall'anno precedente e, in caso affermativo, di considerarli aggiungendoli ai vincoli per l'anno corrente. Tali riporti vanno percentualmente aggiunti agli obiettivi fissati per l'anno ed eventualmente raddoppiati qualora derivino dal conseguimento di riduzioni di spesa inferiori a quelle imposte o da incrementi di spesa superiori a quelli permessi (articolo 19, comma 2, lettere f) e g) della delibera n. 33/06/CONS e articolo 12, comma 8, lettere h) e i) della delibera n. 642/06/CONS). Nello specifico, la sovrapposizione, per l'anno 2006, del periodo di vigenza della precedente normativa di cui alla delibera n. 289/03/CONS con quella introdotta dalla delibera n. 33/06/CONS, ha determinato qualche problematicità nelle valutazioni, derivante dalla diversa struttura dei panieri dei consumi prevista dalle due delibere e dall'adozione di un diverso IPC (con e senza tabacchi). Si è tuttavia ritenuto che sussistessero i presupposti per considerare la circostanza del cambiamento del quadro normativo motivazione sufficiente per non dare luogo ad alcun riporto all'anno 2007 della differenza tra risultato conseguito ed obbligo imposto dalla delibera n. 33/06/CONS. Ciò detto, la manovra operata da TI sui prezzi dei servizi di accesso, il cui effetto è stato pari a - 0,83% per il segmento residenziale e + 1,99% per quello affari, è coerente con i vincoli imposti agli stessi prezzi dalla delibera n. 33/06/CONS (0% per il segmento residenziale e + 2% per il segmento affari).

⁸⁸ Variazione percentuale rispetto al riferimento costituito dalla valorizzazione del basket dell'anno 2005 con i prezzi al 31 dicembre 2006.

Per quanto attiene agli interventi sui prezzi dei servizi a traffico questi hanno riguardato esclusivamente le chiamate da rete fissa a rete mobile.

La tabella 2.6 illustra i contenuti dell'intervento sui prezzi del traffico fisso-mobile attuato con decorrenza 1° luglio 2007 in concomitanza della rimodulazione dei prezzi del servizio di terminazione su rete mobile messa in atto con analoga decorrenza dagli operatori TIM, Vodafone e Wind, ai sensi della delibera n. 3/06/CONS⁸⁹ del 12 gennaio 2006.

Tabella 2.6. Prezzi delle chiamate da fisso a mobile a partire dal 1º luglio 2007 (eurocent IVA esclusa)

	•	•				
		Clienti r	esidenziali	Clienti	affari	
		in vigore	proposti	in vigore	proposti	
TIM	Set up	6,56	6,56	6,56	6,56	
	Intera (min)	16,12	14,50	12,27	11,08	
	Ridotta (min)	9,33	8,49	12,27	11,08	
VODAFO	NE Set up	6,56	6,56	6,56	6,56	
	Intera (min)	16,89	15,00	12,34	11,17	
	Ridotta (min)	9,33	8,67	12,54	11,17	
WIND	Set up	6,56	6,56	6,56	6,56	
	Intera (min)	19,62	16,06	13,67	12,06	
	Ridotta (min)	9,33	9,22	13,07	12,00	
H3G	Set up	6,56	6,56	6,56	6,56	
	Intera (min)	34,24	26,18	19,90	20,24	
	Ridotta (min)	9,33	15,40	19,90	20,24	

Fonte: Autorità

La valorizzazione del *basket* dei consumi del traffico fisso-mobile subisce in virtù della manovra un incremento dell'1,94% per il segmento residenziale e dell'1,88% per il segmento affari, da porre in relazione al valore dei *cap* rideterminati sulla base di quanto previsto dall'articolo 12, commi 5 e 6, della delibera n. 642/06/CONS, che consente di fruire di una "mitigazione" del *cap* (nel caso della *retention* fisso-mobile, da IPC-6% a IPC-0%) a fronte di investimenti nella qualità dei servizi.

A tale proposito, l'Autorità ha ritenuto che dovessero effettuarsi due valutazioni distinte in due momenti diversi: la prima, ex ante, sulla natura e quantità degli investimenti; la seconda, ex post, sugli effetti, in termini di risultati degli indicatori di qualità dei servizi, prodotti dagli investimenti stessi. La prima valutazione richiede quindi che sia accertato che gli investimenti risultino finalizzati al miglioramento della qualità dei servizi e siano anche di valore adeguato al fine di poter sostanzialmente incidere sul risultato atteso.

La seconda valutazione prevede che i risultati di tali investimenti vengano misu-

⁸⁹ Gli articoli 10 e 11 della delibera prescrivono che i prezzi di terminazione siano sottoposti ad un cap pari rispettivamente a IPC – 13% per TIM e Vodafone ed a IPC – 16% per Wind, essendo IPC l'indice dei prezzi al consumo, senza tabacchi, rilevato dall'ISTAT nel periodo 1° gennaio-31 dicembre dell'anno precedente. I prezzi di terminazione in vigore e quelli proposti non sono articolati in fascia peak e off-peak e sono rispettivamente per Tim, Vodafone e Wind: 11,20 eurocent/min e 9,97 eurocent/min, 11,20 eurocent/min e 9,97 eurocent/min; in tale occasione i prezzi di terminazione di H3G sono rimasti immutati a 18,76 eurocent/min.

rati e superino determinate soglie di accettabilità (non espressamente previste, in verità, dalla norma) dopo un periodo di tempo adeguato (es. un arco di tempo almeno semestrale o annuale).

Relativamente alla verifica degli investimenti, Telecom Italia ha illustrato un piano d'interventi mirati alla riduzione della guastabilità della rete di accesso attraverso:

- sistemazione completa della pressurizzazione della rete in cavo;
- recupero degli MT4 e degli ALF (dispositivi di concentrazione delle linee d'abbonato);
- bonifica di alcune aree di armadio, individuate sulla base dell'analisi della guastabilità.

Il totale degli investimenti illustrati ammonta a 22.808.997 euro, utilizzati con distribuzione omogenea sul territorio e utilizzati per l'8% circa nella pressurizzazione della rete, per il 30% circa per gli apparati di linea e per il 61% circa per la bonifica degli armadi.

Ritenuti i predetti investimenti coerenti con quelli che possono essere presi in considerazione ai fini delle valutazioni di cui all'articolo 12, comma 5, della delibera n. 642/06/CONS, l'Autorità ha consentito a che Telecom Italia accedesse al vincolo del-l'IPC-0 fermo restando la necessità di verificare, ex post, l'effettivo impatto degli investimenti sulla qualità del servizio. In tale sede i risultati conseguiti andranno confrontati quantomeno con i risultati minimi previsti dalla direttiva di cui alla delibera n. 254/04/CONS in vece dei quali dovranno però valere i migliori risultati eventualmente già conseguiti dall'operatore.

La manovra proposta da Telecom Italia determina la variazione del valore del paniere dei consumi del traffico fisso-mobile per la sola quota di *retention* come evidenziato in tabella 2.7.

Tabella 2.7. Variazione del valore del paniere della quota di retention del traffico fisso-mobile. Manovra del 1º luglio 2007

IPC=2,0%	Situazione post manovra		Target 2007 (art 5, delibera n. 6	•
	Var. spesa		Var. spesa	Vincolo:
	(min euro)	%	(min euro)	IPC - X
Residenziale	+ 4,31	+ 1,94%	+ 4,43	+2%
Affari	+ 4,75	+ 1,88%	+ 5,05	+2%

Fonte: Autorità

Tale manovra assicura il rispetto dell'obiettivo ridotto con un margine per il residenziale dello 0,06% e per gli affari dello 0,12% che va considerato a favore di Telecom Italia nelle valutazioni del 2008, ai sensi di quanto previsto dall'articolo 12, comma 8, lettera h) della delibera n. 642/06/CONS.

La delibera n. 628/07/CONS, all'articolo 3, comma 1, ha successivamente fissato pari a 16,26 eurocent/min il prezzo massimo del servizio di terminazione delle chiamate vocali sulla rete dell'operatore H3G, a partire dal 1° marzo 2008. In ottemperanza la società H3G ha allineato il prezzo di terminazione sulla propria rete a tale limite massimo.

In esito a quanto precede, la società Telecom Italia ha attuato, con decorrenza 1° marzo 2008, la modifica illustrata nella tabella che segue il cui effetto è di compensare l'incremento della quota di *retention* media che si sarebbe altrimenti determinato per effetto della riduzione del prezzo di terminazione del traffico diretto alla rete H3G:

Tabella 2.8. Prezzi delle chiamate da fisso a mobile H3G

Traffico fisso- mobile vs H3G		Prezzi in eurocen	t (IVA esclu	sa)
	Clienti	ienti residenziali Clienti af		ti affari
	in vigore	dal 1º marzo 2008	in vigore	dal 1º marzo 2008
Set up	6,56	6,56		
Intera (min)	26,18	22,88	20,24	17,74
Ridotta (min)	15,40	13,49	•	

Fonte: Autorità

I prezzi sopra riportati sono tali per cui, all'atto dell'entrata in vigore del nuovo prezzo di terminazione, alcuna variazione viene a prodursi sulla valorizzazione del basket dei consumi di traffico fisso-mobile, per la quota di retention, e quindi, ai fini del computo del meccanismo di price cap di cui alla delibera n. 642/06/CONS. In pratica, la riduzione del prezzo di terminazione che H3G ha attuato in ottemperanza alla delibera n. 628/07/CONS è stata completamente traslata in una riduzione del prezzo al pubblico, rimanendo immutata la quota di retention media applicata da Telecom Italia.

Analisi delle condizioni di offerta al pubblico praticate da Telecom Italia attraverso pacchetti sconto e offerte specifiche

Nel rispetto dei principi di trasparenza, di orientamento al costo e di non discriminazione l'Autorità ha effettuato, nel periodo dal mese di maggio 2007 al mese di aprile 2008, numerose valutazioni in merito alle condizioni di offerta al pubblico praticate da Telecom Italia attraverso pacchetti sconto e offerte specifiche, sulla base di quanto disciplinato dalle delibere n. 152/02/CONS, n. 47/03/CONS e n. 642/06/CONS.

Il Codice delle comunicazioni elettroniche, articolo 66, comma 1, lettera a, stabilisce infatti che "restano fermi gli obblighi preesistenti relative alle tariffe al dettaglio per la fornitura di servizi di accesso e per l'uso della rete telefonica pubblica" fintantoché non sia effettuato un riesame e adottata una decisione ai sensi della procedura prevista nell'ambito delle analisi dei mercati al dettaglio dalla raccomandazione della Commissione europea.

Con particolare riferimento al rispetto del principio di parità di trattamento interna ed esterna da parte di Telecom Italia, la delibera n. 152/02/CONS identifica specifiche modalità di valutazione delle offerte c.d. a pacchetto, volte a verificare, con l'impiego dei *test* di prezzo, sia l'orientamento al costo dei prezzi dei servizi offerti dall'operatore notificato di rete fissa sia la replicabilità di offerte analoghe da parte di un operatore concorrente efficiente. Tali strumenti di verifica vengono applicati, distintamente, per ciascuno dei servizi a traffico offerti: locale, nazionale, fisso mobile e, separatamente, per la clientela residenziale e non residenziale.

Al fine di assicurare il rispetto del principio di non discriminazione della quota di *retention* dei servizi di chiamata fisso – mobile applicata da Telecom Italia ai diversi operatori, i criteri da seguire nelle valutazioni sono dettati dalla delibera n. 47/03/CONS.

La delibera n. 642/06/CONS, all'articolo 13, integra le modalità da seguire nella valutazione delle condizioni di offerta al pubblico praticate da Telecom Italia.

La delibera n. 642/06/CONS, all'articolo 14, definisce, altresì, le condizioni attuative dei *test* di prezzo delle offerte definite in ambito di procedure ad evidenza pubblica per la selezione del fornitore.

In particolare, Telecom Italia è tenuta a comunicare all'Autorità, mediante la realizzazione di un *database*, l'avvenuta aggiudicazione dei contratti stipulati per la fornitura di prestazioni nell'ambito del mercato dei servizi telefonici locali, nazionali e fisso mobile disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa.

A tale riguardo, nel mese di marzo 2008, l'Autorità ha condotto, d'ufficio, un'attività di verifica relativamente alle modalità d'implementazione del predetto database ed ha altresì avviato, su segnalazione da parte di un operatore alternativo (Fastweb), un procedimento di valutazione relativo all'offerta con la quale la società Telecom Italia si è aggiudicata la gara indetta dall'agenzia Intercent-ER per la fornitura di servizi di telefonia fissa e trasmissione dati. L'attività istruttoria in corso è volta sia alla verifica della replicabilità dei prezzi dei servizi a traffico con i quali l'operatore dominante si è aggiudicato la gara citata, sia alla verifica che le condizioni economiche di offerta proposte siano tali da garantire all'operatore stesso un ragionevole margine rispetto ai costi del servizio. Nel periodo dal mese di maggio 2007 al mese di aprile 2008 l'Autorità ha condotto, inoltre, numerose valutazioni sulle offerte al pubblico presentate da Telecom Italia.

Al fine di garantire il rispetto della normativa vigente, l'attività realizzata dall'Autorità ha richiesto, talvolta, lo svolgimento di un lungo e complesso processo di valutazione nonché di un articolato iter interlocutorio con Telecom Italia in considerazione di criticità inerenti le condizioni economiche di offerta proposte dall'operatore notificato. In alcune occasioni la valutazione ex ante condotta dall'Autorità ha comportato la necessità di richiedere la modifica delle condizioni economiche inizialmente previste.

Si segnalano, a tale riguardo, gli esiti dell'attività di vigilanza effettuata sull'offerta "Alice Voce City", rivolta alla clientela residenziale. Tale offerta prevede, a fronte di una quota fissa mensile di abbonamento pari a 7,00 euro comprensivi di IVA, la possibilità di effettuare chiamate nazionali illimitate e l'applicazione del listino generalizzato alle restanti comunicazioni.

L'intervento dell'Autorità ha comportato, nel caso di specie, una modifica delle condizioni economiche inizialmente previste dall'incumbent con riferimento alla struttura tariffaria delle chiamate nazionali, in osservanza del principio di non differenziazione dei prezzi dei servizi di chiamata locale e nazionale sulla base dell'operatore di terminazione, ai sensi della delibera n. 642/06/CONS, articolo 13, comma 8.

E' tuttora in corso l'attività di valutazione relativa alla proposta di Telecom Italia di adottare prezzi diversificati, atteso che la norma citata fa salva la possibilità per l'operatore notificato di formulare offerte tariffarie che prevedano modalità per contenere entro un tetto ragionevole i differenziali di costo relativi alle chiamate originate dalla propria rete e terminate sulla rete di un altro operatore.

L'attività di vigilanza condotta dall'Autorità nel periodo di riferimento ha riguardato, altresì, l'offerta denominata "Teleconomy caffè", profilo "Free day", rivolta alla clientela affari e caratterizzata dall'applicazione di un importo aggiuntivo per accesso di 0,80 euro per ogni giorno in cui il cliente effettui anche una sola comunicazione di traffico nazionale di fonia.

Sempre con riferimento al segmento business, l'Autorità ha svolto un'analisi di verifica inerente l'estensione del *pricing* nazionale dell'offerta denominata "In Italia con Alice" ai sottoscrittori dell' offerta "Teleconomy No Problem Aziende" confrontando, in ottemperanza al dettato regolamentare, la proposta dell'operatore notificato con alcuni livelli di soglia predeterminati al fine di verificare che le condizioni economiche proposte consentano sia il recupero dei costi sostenuti dall'operatore notificato, sia la replicabilità di offerte analoghe da parte di un operatore concorrente efficiente.

La verifica *ex ante* condotta dall'Autorità ha riguardato, inoltre, le offerte denominate "Professional Business profilo locale" e "Teleconomy Affari in città", entrambe destinate alla clientela affari. Con riferimento a tali offerte, sempre nell'ambito del complesso iter interlocutorio con Telecom Italia, l'Autorità ha ritenuto necessario richiedere all'operatore notificato di fornire, ai sensi di quanto previsto dall'articolo 13, comma 12, della delibera n. 642/06/CONS, i dati di consumo a consuntivo sviluppati dall'effettiva clientela delle offerte in esame, elementi informativi indispensabili in conseguenza di complesse articolazioni tariffarie delle offerte al pubblico praticate da Telecom Italia.

Variazione dei prezzi delle comunicazioni da apparati di telefonia pubblica

Nel mese di giugno 2007 i prezzi delle chiamate originate dagli apparati della telefonia pubblica hanno subito un lieve aumento limitato al traffico locale a fronte di una riduzione del ritmo di tassazione. Con riferimento al traffico interdistrettuale e internazionale, i prezzi delle chiamate originate dagli apparati della telefonia pubblica hanno subito una riduzione realizzata a fronte di un allungamento del ritmo di tassazione (tabella 2.9).

In particolare, a seguito della modifica delle condizioni economiche applicate al traffico interdistrettuale effettuato da impianti a disposizione del pubblico, il ritmo di tariffazione risulta pari a 55 secondi.

Con riferimento alla direttrice internazionale, la manovra consiste in un allargamento degli intervalli di ritmo per il traffico destinato alle numerazioni di rete fissa di tutte le zone, ad esclusione della prima.

In relazione al traffico locale, tale modifica prevede l'applicazione del medesimo ritmo di tariffazione determinato per il traffico interdistrettuale, pari a 55 secondi, e l'applicazione di un unico ritmo di tassazione a livello nazionale, sia per il traffico locale sia interdistrettuale, per le comunicazioni effettuate tramite schede prepagate nei giorni festivi, pari a 300 secondi.

Tabella 2.9. Variazione delle condizioni economiche della telefonia pubblica (da giugno 2007).

Modalità di addebito degli scatti (10 eurocent al netto di IVA): sincrona anticipata

Tipologia	Prezzi ante	modifica	Prezzi post modifica		
di traffico	Numero scatti	Ritmo di	Numero scatti	Ritmo di	
dicianico	alla risposta	tassazione (sec)	alla risposta	tassazione (sec)	
Interdistrettuale	1	45,0	1	55,0	
Zona 1 FF	3	9,8	3	9,8	
Zona 2 FF	3	9,0	3	9,1	
Zona 2 FF	3	7,3	3	7,4	
Zona 4 FF	3	6,5	3	6,6	
Zona 5 FF	3	5,4	3	5,5	
Zona 6 FF	3	4,6	3	4,7	
Zona 7 FF	3	2,4	3	2,5	

Fonte: elaborazioni Autorità

L'Autorità ha provveduto a stimare la spesa sostenuta dalla clientela prima e dopo la modifica effettuata. All'esito dell'attività di valutazione, è stato osservato un aumento complessivo della spesa per i servizi oggetto della manovra citata pari a circa il 2% rispetto alle condizioni economiche vigenti prima dell'introduzione della variazione in argomento.

La tabella 2.10 riporta il listino applicato da Telecom Italia a partire dal mese di giugno 2007.

Tabella 2.10. Condizioni economiche della telefonia pubblica (da giugno 2007).

Modalità di addebito degli scatti (10 eurocent al netto di IVA): sincrona anticipata

Prezzi post modifica				
Tipo di traffico	Numero scat	ti alla risposta	Ritmo di tas	sazione (sec)
Locale		1	5!	5,0
Interdistrettuale		1	5!	5,0
Fisso-mobile		1	1!	5,0
Internazionale	vs fisso	vs mobile	vs fisso	vs mobile
Zona 1	3	3	9,8	7,2
Zona 2	3	3	9,1	6,7
Zona 3	3	3	7,4	6,5
Zona 4	3	3	6,6	5,1
Zona 5	3	3	5,5	4,5
Zona 6	3	3	4,7	3,9
Zona 7	3	3	2,5	2,1

Fonte: elaborazioni Autorità

Analisi delle condizioni di offerta al pubblico delle linee affittate praticate da Telecom Italia

Il provvedimento finale di analisi recante "Mercato delle linee affittate al dettaglio (mercato n. 7 della Raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE)", di cui alla delibera n. 343/06/CONS, ha notificato Telecom Italia quale operatore avente significativo potere di mercato, ed ha introdotto, altresì, un meccanismo di programmazione pluriennale dei prezzi, *price cap*, che fissa, per il triennio 2007-2009, un vincolo massimo complessivo alla modifica del valore economico del paniere dei consumi (il riferimento è rappresentato dalla valorizzazione del paniere dei consumi per mezzo dei prezzi in vigore alla data del 31 dicembre dell'anno precedente a quello di riferimento) comprendente tutti i circuiti rientranti nel cosiddetto insieme minimo, ossia i circuiti diretti analogici e digitali fino a 2 Mbit/s inclusi.

Tale vincolo è stabilito nella misura di IPC – 7%, con un vincolo specifico di variazione minima garantita pari a IPC – 7% per i circuiti a 2 Mbit/s. Per l'anno 2007, il valore utilizzato per l'Indice dei Prezzi al Consumo per le famiglie di operai ed impiegati (al netto dei tabacchi), per il periodo gennaio-dicembre 2006, è stato pari a +2,0%, ne deriva che la variazione percentuale annua risulta fissata in misura pari a -5%.

L'offerta di riferimento a valere per ciascun anno è comunicata da Telecom Italia entro il 1° novembre dell'anno precedente a quello di riferimento. E' inoltre prevista la possibilità, per l'operatore notificato, di variare la propria offerta in corso d'anno, nel rispetto della condizione che impone di realizzare almeno metà della riduzione totale annuale programmata della spesa nei primi sei mesi dell'anno e non più della metà dell'incremento del totale della spesa annuale programmata nei primi sei mesi dell'anno.

Dopo aver confermato come listino di riferimento delle linee affittate al dettaglio per l'anno 2007 i prezzi già in vigore nell'anno precedente, nel mese di febbraio 2007, Telecom Italia ha proposto una prima variazione, con decorrenza dal 1º giugno 2007.

Relativamente al segmento dei circuiti numerici a 2 Mbit/s, la riduzione è risultata lievemente inferiore al *target* semestrale stabilito, pari al -2,5%, rilevata in fase di valutazione dell'offerta. Telecom Italia ha provveduto a ripristinare il *target* attraverso una modifica a valere dal 1° giugno dei prezzi per i canoni mensili di accesso relativi ai contratti ad 1 anno e volume di spesa fino a 3 milioni di euro.

Con la successiva riformulazione del listino dei prezzi, a decorrere dal 1° dicembre 2007, Telecom Italia ha completato le riduzioni annuali di spesa previste per i circuiti rientrati nell'insieme minimo e per quelli a 2 Mbit/s.

Al pari dell'offerta di riferimento di collegamenti diretti *retail* per l'anno 2008, Telecom Italia ha semplicemente riproposto il listino dei prezzi già in vigore dal 1° dicembre 2007.

E' attualmente in fase di valutazione una nuova manovra di riformulazione dei prezzi a valere dal 1º giugno 2008, proposta che Telecom Italia nel mese di febbraio 2008, ai sensi di quanto disciplinato in merito dalla delibera n. 343/06/CONS.

Attività di vigilanza sul rispetto della regolamentazione vigente in tema di rapporti contrattuali tra operatori

Nell'ambito degli interventi dell'Autorità riguardanti la sfera dei rapporti tra operatori, va segnalata l'adozione, in relazione ai rapporti contrattuali tra le società Elitel e Telecom Italia, della delibera n. 381/07/CONS, recante "Ordine agli operatori Elitel Telecom S.p.A. e Telecom Italia S.p.A. di cessazione di comportamenti lesivi dei diritti degli utenti", pubblicata in data 26 luglio 2007 nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 172.

Ricevuta comunicazione da Telecom Italia della risoluzione, a far data dal 2 luglio 2007, dei contratti *wholesale* in essere con l'operatore Elitel Telecom e acquisite le posizioni delle parti in merito, in considerazione dei disagi provocati ai clienti Elitel dalla disattivazione del servizio l'Autorità ha ritenuto opportuno intervenire nei confronti di entrambe le società ordinando loro, con la delibera citata, di porre in essere, congiuntamente, ogni attività necessaria ad assicurare la continuità dell'erogazione del servizio all'utenza e a fornire una completa ed adeguata informazione tutelando, tra l'altro, la libertà di scelta degli utenti di un eventuale nuovo fornitore.

Più in generale, al fine di prevenire analoghe situazioni di disagio all'utenza, è stato svolto un monitoraggio dei rapporti contrattuali wholesale tra Telecom Italia e altri operatori fornitori di servizi di comunicazione elettronica in presenza di gravi e ripetute inadempienze contrattuali e consequente avvio della fase di risoluzione del contratto. Tale monitoraggio, condotto congiuntamente dalla Direzione reti e servizi di comunicazione elettronica e dalla Direzione tutela dei consumatori, basato sulla tempestiva comunicazione da parte di Telecom Italia dell'avvio della fase di risoluzione contrattuale nei confronti degli operatori insolventi, è finalizzato a scongiurare situazioni di improvvisa disattivazione dei servizi a danno degli utenti finali, attraverso l'implementazione di procedure di gestione della fase di risoluzione contrattuale idonee a garantire agli utenti finali continuità di erogazione dei servizi, completa e adequata informazione e libertà di scelta di un nuovo fornitore. Oltre trenta sono gli operatori in relazione ai quali, nel periodo di riferimento, Telecom Italia ha comunicato all'Autorità la presenza di situazioni di criticità contrattuali scaturite dalla mancata corresponsione dei corrispettivi dovuti per l'erogazione dei servizi. Si fa presente come, in alcuni casi, il superamento di tali criticità ha consentito di evitare la risoluzione dei rapporti contrattuali in essere tra le parti.

Revisione del Piano Nazionale di Numerazione (il PNN fa riferimento anche alla telefonia mobile e ad Internet)

L'Autorità ha avviato alla fine del 2006 il procedimento istruttorio per la revisione del Piano di numerazione con gli obiettivi di integrare, in maniera coordinata, nel testo del Piano stesso tutte le modifiche ed integrazioni introdotte dall'Autorità successivamente alla emanazione della delibera n. 9/03/CIR recante il Piano vigente, di adeguare quest'ultimo all'evoluzione regolamentare e tecnica intervenuta, nonché, di introdurre misure atte a garantire ulteriormente la tutela dell'utenza nell'uso dei servizi di comunicazione elettronica. Preso atto del consenso esteso manifestato alla revisione del Piano di numerazione e dei suggerimenti espressi nei contributi, fatti pervenire

all'Autorità dai soggetti interessati a seguito della pubblicazione dell'avviso di avvio del procedimento istruttorio di revisione del Piano di numerazione e disciplina attuativa, l'Autorità con la delibera n. 44/07/CIR del 24 maggio 2007, ha avviato una consultazione pubblica concernente la revisione del Piano di numerazione, i cui termini sono stati prorogati con la successiva delibera n. 109/07/CIR del 2 agosto 2007 dei c.d. servizi a sovrapprezzo. Gli obiettivi della revisione, consistenti in una sistematizzazione della regolamentazione integrativa e modificativa del Piano stratificatasi nel corso del tempo e in un adequamento del regolamento vigente ai provvedimenti normativi di rango superiore sopravvenuti in materia, all'evoluzione dei servizi di telecomunicazioni offerti dal mercato e a una verifica di efficacia in ottica di tutela dell'utenza delle norme attualmente vigenti, si sono tradotti nella definizione di un quadro più coerente e lineare, ottenuto tra l'altro raggruppando le numerazioni per servizi a sovrapprezzo, definendo idonei archi di numerazione per servizi dati - quali SMS (Short Message Service) / MMS (Multimedia Messaging Service), rivedendo alcune definizioni dei servizi ed esplicitando in maniera più chiara quegli obblighi, in capo agli operatori, che mirano a garantire una maggiore tutela alla clientela, assicurando a quest'ultima una potenziale migliore capacità di orientamento nell'insieme delle numerazioni.

Nel corso della consultazione sono pervenuti e sono stati esaminati numerosi contributi, sono state richieste ed effettuate audizioni di operatori di telecomunicazioni; peraltro, anche successivamente alla chiusura dei termini, gli operatori hanno continuato a far pervenire osservazioni e suggerimenti in merito alla disciplina della numerazione. Tale circostanza testimonia, nel contempo, da un lato l'interesse per una regolamentazione più attuale ed adeguata alle caratteristiche del mercato, dall'altro la delicatezza degli argomenti trattati che indirettamente impattano sugli equilibri del mercato dei servizi.

La definizione del nuovo Piano, approvato con la delibera n. 26/08/CIR, ha richiesto un complesso lavoro di bilanciamento tra esigenze in continua evoluzione e, a volte, tra loro conflittuali: aumentare la neutralità della disciplina della numerazione rispetto agli equilibri di mercato (eliminando laddove presenti, quegli effetti indesiderati della disciplina della numerazione vigente capaci di creare aree di riserva di settori e quote di mercato), dare un esito corretto ed equilibrato alle legittime esigenze dei consumatori e delle loro associazioni rappresentative mirate alla riduzione dei fenomeni di abusi nei confronti degli utenti nell'offerta dei servizi a sovrapprezzo, consentendo comunque ampi spazi di libera iniziativa alla creatività imprenditoriale dei fornitori di servizi.

Il nuovo piano di numerazione introduce diverse importanti novità che consentono un più valido controllo del rispetto delle norme a tutela dell'utenza nonché interventi più efficaci nel contrastare le ripetute attività illecite riscontrate negli ultimi tempi.

Nell'ambito delle numerazioni per i servizi a sovrapprezzo le numerazioni fino ad oggi utilizzate (144,166,163, 164, etc) verranno progressivamente chiuse, verranno utilizzati i codici del tipo "89X" che permettono una trasparenza tariffaria migliore per gli utenti.

Il nuovo piano di numerazione ha introdotto importanti novità anche nel campo della telefonia mobile: per i servizi a sovrapprezzo accessibili da cellulare attraverso gli sms sono previste delle soglie di prezzo e la possibilità di essere bloccati.

L'aggiornamento delle norme sulla numerazione per i servizi mobili consentiranno, inoltre, condizioni competitive migliori per gli operatori virtuali,

Ulteriori novità sono rappresentate dal recepimento delle norme europee sui servizi armonizzati a valenza sociale (numerazioni 116XXX) e la completa gratuità dei servizi "customer care" offerti dagli operatori di telecomunicazioni.

2.3. La telefonia mobile

Con riferimento alle attività inerenti la telefonia mobile, nel periodo dal mese di maggio 2007 al mese di aprile 2008, gli interventi dell'Autorità hanno principalmente riguardato le seguenti tematiche:

- i. verifica della contabilità regolatoria degli operatori di rete mobile notificati;
- ii. vigilanza sul rispetto della regolamentazione vigente in tema di controllo di prezzo;
- iii. vigilanza sul rispetto della regolamentazione vigente in tema di portabilità del numero mobile;
 - iv. misure per l'utilizzo delle bande di frequenza radiomobili.

Verifica della contabilità regolatoria degli operatori di telecomunicazioni di rete mobile notificati quali aventi notevole forza di mercato

Analogamente a quanto viene effettuato in merito alla contabilità regolatoria presentata dall'operatore notificato di rete fissa Telecom Italia, anche la contabilità regolatoria (a costi storici e a costi correnti) predisposta dagli operatori mobili notificati quali aventi notevole forza di mercato, è soggetta alla revisione ed alla certificazione da parte di un organismo indipendente incaricato dall'Autorità al fine di verificare il rispetto degli obblighi specifici di rendicontazione contabile dettati dalla normativa vigente.

In particolare, l'oggetto dell'attività di verifica e certificazione riguarda, per gli anni 2002, 2003 e 2004, gli operatori Vodafone e TIM e, per il 2005 e gli anni seguenti anche gli operatori Wind e H3G.

Per la contabilità regolatoria di rete mobile la società Mazars & Guerard è stata incaricata di verificare la conformità dei documenti, prodotti dagli operatori mobili notificati per gli anni 2003, 2004 e 2005, alle seguenti delibere: n. 485/01/CONS recante "Linee guida per la predisposizione della contabilità a fini regolatori da parte degli operatori mobili notificati ed evoluzione del sistema di contabilità dei costi", n. 399/02/CONS recante "Linee guida per la contabilità a costi correnti per gli operatori notificati di rete fissa e mobile e misure in materia di predisposizione della contabilità regolatoria da parte degli operatori mobili" e n. 3/06/CONS recante "Mercato della terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili (mercato n. 16 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE): Identificazione ed analisi del mercato, valutazione di sussistenza di imprese con significativo potere di mercato ed individuazione degli obblighi regolamentari".

La società Mazars & Guerard ha, nell'ambito dell'incarico di verifica, completato la revisione delle contabilità regolatorie a costi storici e costi correnti presentate dagli operatori Vodafone e TIM per gli esercizi 2002, 2003 e 2004.

Analogamente alle attività di verifica della contabilità regolatoria dell'operatore di rete fissa, anche per la revisione della contabilità regolatoria degli operatori di rete mobile, per gli esercizi 2005, 2006 e 2007, la società Mazars & Guerard ha stipulato il contratto per la fornitura del servizio in quanto aggiudicataria della gara a procedura

aperta indetta con la delibera n. 744/06/CONS. Sono tuttora in corso le relative attività di verifica.

Per quanto concerne l'operatore H3G, l'Autorità il 12 dicembre 2007 ha adottato, come esposto in dettaglio nel paragrafo 2.1 nell'ambito delle analisi dei mercati di comunicazione elettronica, la delibera n. 628/07/CONS recante "Mercato della terminazione di chiamate vocali su singole reti mobili (mercato n. 16 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE): valutazione ai sensi dell'articolo 15, comma 4, della delibera n. 3/06/CONS, circa l'applicazione all'operatore H3G degli obblighi di cui all'articolo 50 del Codice delle comunicazioni elettroniche". L'Autorità ha confermato tutti gli obblighi in capo all'operatore H3G in qualità di operatore avente significativo potere di mercato nei mercati di cui alla delibera n. 3/06/CONS ed ha stabilito che anche tale operatore dovrà predisporre un sistema di contabilità regolatoria a costi storici e a costi correnti per gli anni 2005, 2006 e 2007 ed il modello a costi incrementali per gli anni 2006 e 2007, analogamente a quanto previsto per gli altri operatori mobili.

Attività di vigilanza sul rispetto della regolamentazione vigente in tema di controllo di prezzo

Con delibera n. 3/06/CONS, pubblicata, in data 8 febbraio 2006, sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 32, supplemento ordinario n. 35, l'Autorità ha introdotto un meccanismo programmato di riduzione dei prezzi di terminazione delle chiamate vocali sulle reti degli operatori mobili TIM, Vodafone e Wind, per gli anni 2006-2008.

In particolare, rispettivamente, ai sensi dell'articolo 10 e dell'articolo 11 di cui alla delibera n. 3/06/CONS, il prezzo del servizio di terminazione delle chiamate vocali sulla rete degli operatori TIM e Vodafone è sottoposto ad un vincolo annuale di riduzione pari a IPC-13% ed il prezzo del servizio di terminazione delle chiamate vocali sulla rete dell'operatore WIND è sottoposto ad un vincolo annuale di riduzione pari a IPC-16%.

In ottemperanza alla regolamentazione vigente, a partire dal 1º luglio 2007, il prezzo del servizio di terminazione delle chiamate vocali sulla rete degli operatori mobili TIM, Vodafone e Wind è stato ridotto secondo il *network cap* stabilito dalla predetta delibera.

Di conseguenza tale prezzo è stato fissato in misura pari al valore di 9,97 centesimi di euro al minuto per gli operatori TIM e Vodafone e al valore di 11,09 centesimi di euro al minuto per l'operatore Wind.

In merito all'imposizione dell'obbligo di controllo del prezzo di terminazione sulla rete mobile dell'operatore H3G, con delibera n. 628/07/CONS, l'Autorità ha stabilito che, a partire dal 1° marzo 2008, il prezzo massimo del servizio di terminazione delle chiamate vocali sulla rete dell'operatore H3G deve essere pari a 16,26 centesimi di euro al minuto. Nel periodo dal mese di maggio 2007 al mese di aprile 2008, l'Autorità ha svolto un'attività di verifica volta ad assicurare l'osservanza dei vincoli imposti in capo agli operatori mobili TIM, Vodafone, Wind ed H3G. Sono state quindi verificate le riduzioni di prezzo proposte dagli operatori TIM, Vodafone e Wind, da applicarsi al 1° luglio del 2007 e 2008, la riduzione applicata da H3G al 1° marzo 2008 in ottemperanza alla delibera n. 628/07/CONS, nonché la variazione dei prezzi fisso-mobile proposti da Telecom Italia in relazione alle citate riduzioni di prezzo.

Nel periodo di riferimento l'Autorità, ha, altresì, effettuato un monitoraggio periodico del contesto internazionale in relazione all'andamento del mercato della terminazione delle chiamate vocali su singola rete mobile. In particolare, l'Autorità ha raffrontato, tra l'altro, i prezzi del servizio di terminazione mobile praticati dagli operatori italiani, notificati quali detentori di un significativo potere nel mercato della terminazione delle chiamate vocali su singola rete mobile, con la media dei medesimi prezzi applicati dagli operatori dei principali paesi europei notificati nel medesimo mercato.

L'attività di analisi periodica ha riguardato, altresì, il mercato della terminazione SMS. Pur non riconoscendo la necessità di regolamentare il servizio di terminazione SMS, l'Autorità ha ritenuto opportuno confrontare, tra l'altro, il prezzo wholesale del servizio di terminazione degli SMS praticato dagli operatori mobili in Italia con il prezzo del medesimo servizio praticato dagli operatori mobili dei principali paesi europei.

Attività di vigilanza sul rispetto della regolamentazione vigente in tema di portabilità del numero mobile

La possibilità di mantenere il proprio numero telefonico quando ci si rivolge a un diverso operatore per la fornitura dei servizi di telefonia mobile, voce e dati (*Mobile Number Portability* - MNP) è un diritto dell'utente, specificatamente tutelato dall'articolo 80 del Codice delle comunicazioni elettroniche.

In Italia, la portabilità del numero mobile è stata introdotta a partire dal 2002 e, nel marzo 2008, il numero di utenti che hanno cambiato gestore mantenendo il proprio numero telefonico ha superato la quota di 16 milioni, confermando l'elevato interesse della clientela per il servizio di portabilità del numero mobile.

In esito all'attività di vigilanza sul servizio di portabilità, a fine 2007, l'Autorità ha approvato la delibera n. 126/07/CIR recante "Procedimento di cui alla delibera n. 126/07/CIR per la revisione delle norme riguardanti la portabilità del numero mobile e disposizioni per l'adeguamento della capacità giornaliera di evasione degli ordini di portabilità del numero mobile degli operatori donating, anche in relazione alle esigenze derivanti dall'avvio dei servizi da parte degli operatori mobili virtuali". Tale delibera ha disposto, nei confronti degli operatori mobili Telecom Italia e Vodafone, l'adozione di una capacità giornaliera di evasione degli ordini, in qualità di donating, pari ad almeno 12.000 unità. Nel caso che l'operatore donating sia H3G o Wind la delibera, considerato che la capacità di evasione giornaliera di 9.000 unità ha mostrato di essere al momento adeguata a soddisfare le richieste di portabilità degli utenti di tali operatori donating, ha disposto che qualora uno di questi due operatori dovesse registrare un numero medio giornaliero di richieste di portabilità superiore a 8.000 unità, lo stesso sia tenuto ad incrementare la propria capacità giornaliera di evasione degli ordini di portabilità a 12.000.

Con la stessa delibera n. 126/07/CIR, l'Autorità ha inoltre disposto l'avvio di un procedimento volto a rivedere le norme relative alla portabilità del numero mobile, incluse le disposizioni del provvedimento stesso, con riferimento agli aspetti sia economici sia tecnici, e i modelli di interazione tra tutti gli operatori, per tener conto dell'ingresso nel mercato degli operatori mobili virtuali (Mobile Virtual Network Operator - MVNO ed Enhanced Service Provider - ESP).

La delibera prevede che le operazioni di portabilità del numero tra l'operatore

mobile e gli operatori virtuali, con i quali ha stipulato accordi per l'utilizzo della propria rete, non contribuiscano al conteggio della capacità giornaliera.

Infine viene ribadito ed esplicitato il principio di non discriminazione tra gli operatori mobili e gli operatori virtuali non assegnatari di numerazione mobile.

In tema di operatori mobili virtuali, l'Autorità, a ottobre 2007, ha altresì approvato la delibera n. 113/07/CIR recante "Misure urgenti in materia di assegnazione delle risorse di numerazione a seguito dell'ingresso nel mercato dei fornitori avanzati di servizi". In tale ambito è stato modificato il piano di numerazione nazionale con riguardo alle numerazioni per servizi di comunicazioni mobili e personali, dedicando gli indicativi 37X esclusivamente ai servizi di comunicazione mobili forniti agli utenti degli operatori virtuali ESP e rivedendo i codici di accesso diretto per le chiamate e i trasferimenti al servizio di segreteria telefonica, al fine di garantire a tutela dei consumatori, parità di trattamento tra i clienti degli operatori di rete mobile e gli operatori virtuali.

Misure per l'utilizzo delle bande di frequenza radiomobili

Le bande di frequenza a 900 e 1800 MHz sono tradizionalmente utilizzate per l'offerta dei servizi radiomobili pubblici in tecnologia GSM (*Global system for mobile communications*). Lo sviluppo delle tecnologie renderà a breve possibile il riutilizzo di dette bande, con priorità per quella a 900 MHz, anche per sistemi avanzati di tipo *broadband*, fra i quali l'UMTS (*Universal mobile Telecommunications System*). L'impiego dei sistemi di tipo 3G (sistemi di terza generazione) nelle bande GSM è noto generalmente come *refarming*.

Allo stesso tempo, anche la Commissione europea ha presentato delle proposte legislative al Consiglio UE e al Parlamento europeo, attualmente in fase di adozione, al fine di modificare il quadro regolatorio comunitario che, allo stato, vincola l'utilizzo di dette bande a una specifica tecnologia, precisamente il GSM, in un contesto in cui, con l'evoluzione del mercato delle telecomunicazioni occorre favorire l'uso efficiente dello spettro e la promozione della concorrenza.

L'Autorità dunque, nel solco della Commissione, e tra i primi regolatori in Europa, ha avviato, con la delibera n. 343/07/CONS del 28 giugno 2007, una consultazione pubblica concernente l'utilizzo delle bande di frequenza a 900, 1800 e 2100 MHz da parte dei sistemi radiomobili, che riguarda, per le prime due, il possibile utilizzo in prospettiva per il sistema UMTS (*refarming*).

La consultazione prevede due opzioni per consentire il refarming della banda a 900 MHz. Nella prima delle due viene proposta l'assegnazione della porzione di banda ancora disponibile a 900 MHz una dotazione derivante dal ritiro delle applicazioni analogiche TACS (Total access communication system) agli operatori con minore dotazione frequenziale nella stessa banda in un'ottica di un riequilibrio della dotazione frequenziale complessiva. L'obiettivo di tale opzione è quello di consentire un uso maggiormente efficiente dello spettro attraverso una razionalizzazione delle assegnazioni in tale banda, da realizzarsi attraverso la cooperazione tra gli operatori. Tale opzione richiederebbe, infatti, un accorpamento dei canali in uso da parte degli operatori nonché, in alcune aree del paese, una leggera riduzione di quelli a disposizione degli operatori di maggiori dimensioni, riduzione ampiamente compensata dai vantaggi di efficienza derivanti dalla possibilità dell'avvio ordinato del refarming. Nell'opzione alternativa viene proposta l'attesa della naturale scadenza delle licenze esistenti prima di proce-

dere al *refarming*, effettuando comunque l'assegnazione della porzione libera sempre nell'ottica di un riequilibrio delle dotazioni frequenziali per gli operatori.

Per la banda di frequenza a 1800 MHz invece la consultazione propone di assegnare alcuni dei blocchi disponibili direttamente per l'uso 3G ad operatori non in possesso di frequenze in tale banda spettrale, inclusi eventuali nuovi entranti.

Infine, in merito alla banda a 2100 MHz viene proposto di assegnare due dei tre blocchi disponibili ad operatori nuovi entranti per l'offerta dei servizi di terza generazione, con il terzo contendibile sia da questi che dagli operatori esistenti.

L'obiettivo delle misure proposte è quindi duplice: da un lato si intende razionalizzare il quadro delle assegnazioni e delle utilizzazioni esistenti, piuttosto frammentato, in maniera da ottenere sia un recupero di efficienza sia la predisposizione tecnica per l'avvio del *refarming*; dall'altro realizzare anche un riequilibro della dotazione frequenziale in capo a ciascun operatore. Nello stesso tempo la consultazione si propone di verificare anche l'effettivo interesse all'ingresso nel mercato radiomobile di nuovi operatori.

Alla consultazione hanno risposto 12 soggetti, 4 dei quali sono stati sentiti, su loro richiesta, in audizione.

In data 21 maggio 2008, il Consiglio dell'Autorità ha approvato il provvedimento per il riassetto delle frequenze utilizzate per i servizi di telefonica mobile di cui alla delibera n. 282/08/CONS.

Con l'approvazione di detto provvedimento, che consentirà un uso più efficiente dello spettro radio con la possibilità di utilizzare tecnologie di terza generazione, quali l'UMTS, nelle bande a 900 MHz (*refarming*), attualmente utilizzate per il GSM, l'Italia si pone tra i primi paesi in Europa ad aver avviato le procedure per il passaggio all'UMTS A 900 MHz e l'unico ad aver definito i dettagli del piano di riorganizzazione della banda stessa.

Il provvedimento definisce anche le procedure per l'assegnazione delle frequenze a 2100 MHz UMTS rientrante nella disponibilità dello Stato al termine del contenzioso giudiziario relativo a IPSE2000 che potranno essere assegnate tempestivamente mediante procedura competitiva (asta) alla quale potranno partecipare sia gli operatori esistenti, interessati a sviluppare la propria offerta di servizi a larga banda, sia operatori nuovi entranti interessati all'ingresso nel mercato dei servizi di telefonia mobile.

2.4. Servizi integrati di tipo fisso-mobile

Nel corso del 2007, l'Autorità ha adottato un provvedimento recante disposizioni regolamentari per l'introduzione dei servizi integrati di tipo fisso-mobile, a seguito della richiesta pervenuta da parte di alcuni operatori di lanciare questo tipo di offerte.

Le caratteristiche di novità di tali servizi hanno richiesto una articolata analisi da parte dell'Autorità, al fine di verificare la necessità o meno di adeguare le norme regolamentari vigenti per salvaguardare le corrette condizioni di mercato, tutelando l'utenza e la concorrenza.

In ragione di ciò l'Autorità ha ritenuto opportuno sottoporre il provvedimento in argomento alla valutazione dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato e della Commissione europea.

Le osservazioni sono pervenute, dalla Commissione europea e dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato, rispettivamente, in data 13 e 24 luglio 2007.

Alla luce dei commenti ricevuti e dell'approfondita analisi condotta, l'Autorità ha da un lato, ha valutato che i servizi proposti non fossero immediatamente riconducibili a nessuno dei singoli mercati, e dall'altro lato, ha ritenuto di non individuare, almeno attualmente, uno specifico mercato per i servizi integrati di tipo fisso-mobile.

L'Autorità pertanto, nel riconoscere il presumibile beneficio per l'utenza che può derivare dalla diffusione di servizi convergenti fisso-mobile, ha ritenuto che gli aspetti di novità, che tale nuovo modulo presenta, determinassero la necessità di accompagnarne l'introduzione sul mercato con specifiche disposizioni regolamentari, volte a definire le condizioni di offerta del servizio con particolare riguardo alla tutela dell'utenza, oltre che agli aspetti connessi all'uso delle risorse scarse, ossia numerazioni e frequenze.

Sulla base di tali considerazioni l'Autorità ha pertanto consentito l'avvio dei nuovi servizi di comunicazione in questione introducendo un'appropriata disciplina regolamentare mediante l'adozione della delibera n. 415/07/CONS, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 209 dell' 8 settembre 2007.

In particolare, la delibera ha definito le condizioni a tutela dell'utenza, in termini di corretta informazione e trasparenza (tra cui quella di adottare accorgimenti adeguati per consentire al cliente sottoscrittore di conoscere, in concomitanza di ciascuna chiamata, se si trova all'interno o all'esterno dell'area in cui è consentito effettuare chiamate ad una tariffa differenziata, diversa da quella di norma praticata per i servizi mobili), sia le norme concernenti l'uso dei numeri geografici su reti mobili in un'area limitata intorno all'indirizzo del cliente, permettendo altresì, in tal caso, la portabilità del numero geografico. Nell'ambito del provvedimento sono state altresì considerate alcune disposizioni relative all'interconnessione e all'interoperabilità dei servizi.

Il complesso delle norme adottate con la delibera si applica, in via generale, a tutti i servizi integrati di tipo fisso-mobile, anche se nel provvedimento sono stati identificati e descritti due specifici servizi di tipo integrato, che usano differenti modalità tecniche per l'offerta convergente.

Il primo servizio è quello proposto da Vodafone Omnitel, denominato "Vodafone Casa Numero Fisso", che consente di utilizzare entro un'area territorialmente limitata, chiamata "Area Vodafone Casa", il terminale mobile similmente ad un terminale di

rete fissa, con un suo numero geografico (eventualmente portato da un precedente abbonamento di rete fissa) e con condizioni economiche analoghe, tanto per le chiamate destinate a detto numero geografico quanto per quelle in uscita da esso, alle condizioni normalmente offerte per i servizi su rete fissa (sempre fintanto che il terminale rimanga nell'area predefinita).

Il secondo servizio è stato proposto da Telecom Italia ed è denominato "Unico" o UMA (Unlicensed Mobile Access). A differenza del servizio proposto da Vodafone, esclusivamente basato su rete mobile, il servizio UMA prevede che lo specifico terminale utilizzi la rete a larga banda, attraverso una connessione senza fili del tipo Wi-Fi (Wireless Fidelity) / DECT (Digital Enhanced Cordless Telecommunications) in ambiente domestico, e la rete mobile al di fuori dell'ambiente domestico. Il servizio UMA si sostanzia nell'aggiunta di una prestazione all'offerta "Alice voce" di telefonia VoIP (Voice over Internet protocol), che già consente attraverso l'impiego in sede di utente di un apparato, denominato IAD (Integrated Access Device), di gestire fino a cinque terminali cordless via radio Wi-Fi / DECT in ambiente domestico (c.d. indoor), ciascuno individuato da numerazione aggiuntiva (di rete mobile) alla numerazione geografica assegnata alla stesso utente. Su tale base, la prestazione UMA consente di inserire al posto di uno dei terminali Wi-Fi uno speciale terminale che riunisce in sé le funzionalità di un terminale cordless con le funzionalità di un normale terminale mobile GSM (Global system for mobile comunications). Al di fuori dell'ambiente domestico dell'utente (cioè in situazione c.d. outdoor), il terminale UMA si comporta come un normale cellulare GSM, individuato da un numero mobile e svolge il servizio attraverso le reti mobili GSM.

Nel definire le misure regolamentari ad hoc nel rispetto delle quali possono essere offerti al pubblico servizi integrati di tipo fisso-mobile, l'Autorità ha ravvisato, altresì, la necessità di condurre un'attività di monitoraggio al fine di vigilare sull'effettivo grado di sviluppo delle dinamiche competitive e di diffusione dei servizi in argomento.

A tale riguardo, nell'ambito del secondo ciclo delle analisi di mercato, qualora l'Autorità, in considerazione dello sviluppo raggiunto dal processo generale di convergenza fisso-mobile, lo riterrà opportuno, porrà in essere attività di analisi volte a valutare se i nuovi servizi integrati fisso-mobile saranno da disciplinare nell'ambito di un nuovo e distinto mercato da quello della telefonia fissa e della telefonia mobile oppure saranno da ricondurre, a seconda delle tipicità e delle problematiche competitive che emergeranno, ad uno dei mercati dei servizi di telecomunicazione di cui al quadro regolamentare vigente.

2.5. Internet

Durante il periodo di riferimento, relativamente a Internet, l'attività svolta dall'Autorità ha principalmente riquardato le sequenti tematiche:

- i. approvazione dell'offerta di riferimento 2007 per i servizi *bitstream* per l'accesso degli operatori alla rete dati a banda larga di Telecom Italia;
- ii. attività di vigilanza sulle offerte *retail* di Telecom Italia di servizi di accesso a banda larga in tecnologia ADSL;
 - iii. regolamentazione dei servizi Voice over Internet Protocol (VoIP);
- iv. il proseguimento delle attività regolamentari in materia di interconnessione IP delle reti per la fornitura dei servizi *Voice over Internet Protocol* (VoIP);
- v. definizione delle specifiche di interconnessione nazionali per l'utilizzo della numerazione in decade 5 per la fornitura di servizi VoIP nomadici;
- vi. misure per l'introduzione di tecnologie di tipo BWA (*Broadband Wireless Access*) nella banda a 3.5 GHz.

Approvazione dell'offerta di riferimento 2007 per il servizio bitstream

Il servizio cosiddetto *bitstream* sostituisce, introducendo importanti innovazioni sia dal punto di vista tecnico sia economico, il servizio ADSL *wholesale* fornito da Telecom Italia. Tale servizio intermedio 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. Il servizio *bitstream* consente agli operatori di fornire al cliente connettività ad Internet a banda larga, telefonia su IP (VoIP) e *streaming* video.

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 proprie infrastrutture giungendo, con la propria fibra ottica, alla centrale locale di Telecom Italia per la gestione del traffico dei propri clienti, il servizio bitstream consente all'operatore concorrente dell'incumbent di consegnare a quest'ultimo il traffico dati a livello più remoto, sostenendo minori costi di infrastrutturazione. Infatti l'offerta di riferimento bitstream rende disponibili circa 30 punti di consegna – denominati nodi parent - in tutta l'Italia: l'operatore acquista da Telecom Italia sia la componente di accesso, per la copertura dell'ultimo miglio, sia la componente di trasporto, dalla centrale locale di Telecom Italia al nodo di consegna parent. L'offerta di riferimento bitstream consente inoltre all'operatore interconnesso l'acquisto di capacità trasmissiva per il trasporto interurbano dei dati (cioè tra nodi parent) consentendo una copertura totale del territorio da uno o pochi punti di consegna.

Il servizio *bitstream* rappresenta una essenziale alternativa per la fornitura di servizi a banda larga nelle aree in cui non è disponibile l'*unbundling* o laddove le centrali di *unbundling* risultano sature.

Con la pubblicazione della delibera n. 115/07/CIR l'Autorità ha approvato, con modifiche, le condizioni tecnico-amministrative dell'offerta di riferimento 2007 di Tele-

com Italia per il servizio *bitstream*, pubblicata il 13 giugno 2007. Successivamente, con la pubblicazione della delibera n. 133/07/CIR, l'Autorità ha approvato le relative condizioni economiche.

Si fa presente che i nuovi servizi all'ingrosso *bitstream* presentano caratteristiche tecniche migliorative rispetto alle precedente offerta all'ingrosso di Telecom Italia, denominata ADSL *wholesale*. Inoltre, il passaggio da un sistema di controllo dei prezzi basato sul *retail minus* ad un sistema basato sull'orientamento al costo ha consentito una drastica riduzione dei costi per l'operatore concorrente. Attraverso l'offerta di riferimento *bitstream* gli operatori concorrenti potranno quindi ampliare la gamma dei servizi offerti ai consumatori, con significativi risparmi per quanto riguarda l'acquisto dei servizi all'ingrosso da Telecom Italia e conseguente riduzione dei prezzi al dettaglio.

Nell'ambito del procedimento di approvazione dell'offerta, particolare attenzione è stata prestata, altresì, al percorso di migrazione amministrativa degli accessi ADSL wholesale verso gli accessi bitstream.

La previsione introdotta dall'Autorità secondo la quale anche l'operatore non colocato presso il nodo di Telecom Italia ha la possibilità di accedere alle condizioni economiche relative al *kit* di interconnessione potrà inoltre contribuire ad aumentare la concorrenza nel mercato dei servizi di transito nazionale.

Si fa presente altresì che l'offerta di riferimento 2007 di Telecom Italia è tra le più avanzate d'Europa. Essa, come già segnalato, consente all'operatore concorrente l'accesso alla capacità *bitstream* su tre livelli gerarchici di nodi di consegna (nodo *distant*, *parent*, centrale locale) consentendo a quest'ultimo un progressivo avvicinamento a condizioni di maggiore infrastrutturazione, secondo il principo di *ladder of investments*.

A quanto sopra richiamato si aggiunge che l'offerta italiana è tra le poche ad includere la tecnologia Gigabit Ethernet, tecnologia che Telecom Italia ha implementato negli ultimi anni e che consente maggiore efficienza nella fornitura di alcuni servizi (quali la IPTV) e ridotti costi rispetto alla precedente tecnologia ATM.

L'offerta di riferimento 2007 di Telecom Italia per il servizio *bitstream* permette inoltre l'accesso per l'OLO agli apparati introdotti da Telecom Italia nell'ambito delle iniziative volte alla riduzione del *digital divide*, tra cui i cosiddetti MINIDSLAM (posti in aree servite da centrali non raggiunte da fibra ottica) e i DSLAM "zainetto", siti presso gli armadi di distribuzione per ovviare al problema della presenza di apparati di multiplazione nella rete di accesso primaria che non consentono la fornitura di accessi xDSL.

Per quanto riguarda invece le condizioni economiche dell'offerta di riferimento bitstream l'intervento dell'Autorità, come sopra richiamato, ha imposto numerose riduzioni ai valori economici inizialmente previsti da Telecom Italia.

A seguito delle modifiche apportate il canone mensile di accesso è passato da 10,3 euro/mese a 9,0 euro/mese. Il costo del trasporto è stato ridotto di circa il 30%. Il contributo di attivazione per linea *naked* è stato allineato al contributo di attivazione previsto per il servizio di *unbundling* per l'anno di riferimento, in questo caso il 2007.

Attività di vigilanza sulle offerte retail di Telecom Italia di servizi di accesso a banda larga in tecnologia ADSL

Nel periodo di riferimento, con riguardo al mercato dell'accesso a Internet, l'attività svolta dall'Autorità ha principalmente riguardato l'analisi delle offerte *retail* di Tele-

com Italia di connettività ADSL a banda larga per la verifica del rispetto della normativa vigente. L'attività condotta dall'Autorità ha riguardato soprattutto la verifica del rispetto degli obblighi di comunicazione preventiva delle condizioni tecniche ed economiche e la replicabilità di tali offerte retail tramite i servizi wholesale disponibili. L'Autorità non ha riscontrato particolari criticità nella prima parte dell'anno quando era vigente il precedente quadro normativo che prevedeva per il sistema dei prezzi delle offerte all'ingrosso il criterio "retail minus". Le verifiche suddette hanno richiesto maggiori approfondimenti nell'ultima parte dell'anno con l'entrata in vigore dell'offerta di riferimento Bitstream basata sul criterio dell'orientamento al costo.

Regolamentazione dei servizi Voice over Internet Protocol (VoIP)

Nel corso dei primi mesi dell'anno 2007 l'ERG (European Regulatory Group) ha avviato le attività di un gruppo di lavoro per l'elaborazione, entro la fine dello stesso anno, di una Common Position europea al fine di predisporre delle Linee Guida per la regolamentazione dei servizi Voice over Internet Provocol (VoIP). Il gruppo di lavoro, coordinato dall'Autorità, è nato dalla esigenza di armonizzare la regolamentazione dei servizi VoIP nella Comunità europea in merito a tematiche quali l'uso della numerazione geografica e non geografica, l'accesso ai servizi di emergenza, gli obblighi regolamentari dei fornitori dei servizi VoIP. I lavori del gruppo sono terminati con l'approvazione da parte dell'ERG di una Common Position che si traduce in un quadro comune di orientamenti e regole condiviso sulle tematiche sopra richiamate con particolare riguardo all'uso della numerazione (geografica e non) per la fornitura dei servizi VoIP senza restrizione legate alla tecnologia, all'obbligo di fornitura dell'accesso ai servizi di emergenza ed alla portabilità del numero da parte di tutti i VoIP provider.

Attività regolamentari in materia di interconnessione IP delle reti per la fornitura dei servizi Voice over Internet Protocol (VoIP)

Con la delibera n. 11/06/CIR l'Autorità ha avviato il procedimento istruttorio concernente "Interventi regolamentari in merito alla interconnessione IP e interoperabilità per la fornitura di servizi VoIP (*Voice over Internet Protocol*)". Nell'ambito del procedimento istruttorio sono state affrontate diverse tematiche quali quelle relative all'interconnessione ed all'interlavoro tra reti in tecnologia IP, la definizione di un insieme comune di *standard*, protocolli di segnalazione e interfacce tecniche necessarie per l'interconnessione e l'interoperabilità nella fornitura dei servizi *IP-based*, tra cui il VoIP. L'attività istruttoria ha condotto all'elaborazione di un documento nel quale l'Autorità propone uno schema di specifiche tecniche di interconnessione IP che è attualmente alla valutazione degli operatori al fine di acquisire commenti e posizioni in merito. Agli esiti di tale primo esame, l'Autorità porrà a consultazione pubblica uno schema di delibera sulle specifiche di interconnessione IP.

Definizione delle specifiche di interconnessione nazionali per l'utilizzo della numerazione in decade 5 per la fornitura di servizi VoIP nomadici

Con delibera n.11/06/CIR, in tema di disposizioni regolamentari per la fornitura di servizi VoIP ed integrazione del Piano nazionale di numerazione, l'Autorità aveva introdotto una specifica numerazione in decade 5 per la fornitura di servizi VoIP noma-

dici a livello nazionale ed internazionale. In tale sede veniva riconosciuta all'utente la possibilità di utilizzare lo stesso numero per effettuare e ricevere chiamate da qualunque accesso fisico alla rete (ADSL, Wi-Fi, WiMAX, ecc.). Al fine di consentire l'effettivo utilizzo da parte dei clienti della citata numerazione in decade 5, la Commissione interconnessione del Ministro delle comunicazioni, che vede la partecipazione dell'Autorità, ha avviato attività volte alla definizione delle specifiche tecniche di interconnessione. L'attività della Commissione è in corso di finalizzazione essendo stata proposta, ad inizio 2008, una prima specifica tecnica che dovrebbe raggiungere un livello di sufficiente condivisione a fine maggio 2008.

Misure per l'introduzione di tecnologie di tipo BWA (Broadband Wireless Access) nella banda a 3.5 GHz

Con la delibera n. 209/07/CONS recante "Procedure per l'assegnazione di diritti d'uso di frequenze per sistemi Broadband Wireless Access (BWA) nella banda a 3.5 GHz", l'Autorità ha adottato il Regolamento per l'introduzione di tecnologie di tipo BWA, tra cui rientra quella nota come WiMAX (Worldwide interoperability for microwave access) nella banda dei 3.5 GHz, che era stata da poco liberata dalle applicazioni del Ministero della difesa e quindi resa disponibile per l'offerta pubblica. Il Regolamento dell'Autorità, adottato dopo una estesa consultazione pubblica, ha previsto una serie di misure per l'organizzazione della procedura di gara e la definizione del contesto regolamentare. Innanzitutto è stata definita la quantità di banda minima per licenza (o diritto d'uso nella terminologia corrente) necessaria alla sostenibilità dei piani di business in un mercato sempre più dinamico ed orientato alla convergenza, e cioè almeno 2×21 MHz. Data la quantità totale di banda liberata dal Ministero della difesa ciò avrebbe consentito il rilascio di 3 diritti d'uso per ciascuna area geografica, costituita dall'aggregazione di 2, sino ad un massimo di 4, regioni italiane. Uno dei diritti d'uso è stato poi riservato prioritariamente per l'assegnazione a società nuove entranti nel mercato, qualificate come quelle prive di licenza radiomobile di terza generazione. Tale riserva contempera l'esigenza di favorire l'ingresso di nuovi player nel mercato nel rispetto delle esigenze di tutti gli attori a poter partecipare all'assegnazione dello spettro mediante gare pubbliche ed aperte. Si è anche stabilito che l'area geografica per il diritto riservato poteva rimanere suddivisa su base regionale, allo scopo di favorire l'ingresso di realtà maggiormente localizzate.

E' stata anche definita la procedura di selezione, ossia un'asta classica a rilanci multipli ascendenti per lotti specifici di banda; tale procedura, oltre ai consueti aspetti positivi di semplicità e trasparenza di esecuzione, è stata ritenuta la più vantaggiosa, nel caso specifico, per la tipologia di lotti di frequenze in gara. Il Regolamento ha introdotto inoltre una serie di misure particolarmente innovative, in direzione della flessibilità d'uso e della neutralità delle tecnologie. Innanzitutto è stato introdotto un sistema di coordinamento fra gli aggiudicatari mediante l'uso della c.d. BEM (*Block edge mask*) che ha consentito di evitare l'uso di bande di guardia, che sarebbero state inutilizzabili per i servizi, e quindi realizzare un uso maggiormente efficiente dello spettro. Inoltre gli aggiudicatari hanno la possibilità di scambiare fra loro blocchi di spettro per realizzare dotazioni contigue, più favorevoli all'introduzione delle tecnologie desiderate. Gli aggiudicatari possono anche negoziare accordi di coordinamento reciproco per rilassare i limiti imposti sulla protezione dalle interferenze con vantaggi reciproci in termini di copertura raggiungibile. Anche in relazione ai servizi è stata introdotta

una significativa neutralità, prevedendo l'utilizzo in modalità mobile, ove consentito dalle tecnologie in uso.

In merito agli obblighi minimi di copertura, è stato introdotto un sistema flessibile basato su un insieme di punteggi minimi, ottenibili mediante l'installazione di apparati e la fornitura del servizio per ciascun comune, da realizzare in ciascuna delle province oggetto del diritto d'uso aggiudicato, ottenuto sommando i punteggi nei comuni coperti, suddivisi in 3 classi a seconda della rilevanza.

Il sistema introdotto contempera sia le esigenze dell'Amministrazione di favorire la copertura di comuni che presentano rischi di *digital divide*, sia quello di non gravare con oneri particolari sulle imprese e di lasciare alle stesse la massima flessibilità nel definire il proprio piano di rete.

Infine sono state introdotte ulteriori norme particolarmente innovative quali quella relativa alla possibilità di "affittare" lo spettro a società terze con cui realizzare il proprio piano di copertura, nonché l'obbligo, qualora entro 30 mesi l'aggiudicatario non abbia utilizzato lo spettro, a parte le aree di copertura obbligatoria, di dover accogliere ragionevoli richieste di accesso da parte di terzi interessati all'offerta. Tali misure dovrebbero consentire sia l'accesso al mercato anche ad imprese molto localizzate, sia in generale l'uso effettivo ed efficiente dello spettro.

Il Regolamento dell'Autorità, che pur anticipa molti temi della politica dello spettro avviata recentemente dalla Commissione, è stato impugnato nell'autunno 2007 con una serie di ricorsi al TAR, da un gruppo di fornitori di servizi che contestava, sostanzialmente, misure poco incisive, a loro dire, a favorire appunto l'ingresso di nuovi *provider*. Il TAR respingeva, a novembre 2007, le richieste di misure cautelari contro tutti i ricorsi presentati, riconoscendo in tal modo la legittimità di principio delle scelte regolamentari introdotte dall'Autorità.

L'insieme di regole fissato dall'Autorità è stato alla base del bando e disciplinare di gara pubblicati dal Ministero delle comunicazioni a ottobre 2007 che ha formalmente avviato le procedure di gara. Queste si sono svolte nel mese di febbraio 2008 e sono state considerate unanimemente un successo. Le 35 licenze complessive sono state assegnate a 11 operatori distinti, tutti, salvo uno, considerabili nuovi entranti nel mercato di massa dei servizi pubblici via radio. Non vi è stato il paventato accaparramento dello spettro da parte degli operatori fissi e mobili *incumbent*, e solo Telecom Italia, fra questi, ha ottenuto diritti d'uso di frequenze, peraltro non su tutto il territorio nazionale, superata in dotazione da altri due concorrenti. L'incasso totale per l'Amministrazione, di circa 136 milioni di euro il più alto sinora realizzato in Europa, ha superato di oltre 2 volte il minimo di gara, segno di una competizione effettiva, di presenza di tecnologie e modelli di *business* appropriati e del fatto che le regole stabilite erano proporzionate ed adeguate.

2.6. La televisione digitale terrestre e la radiofonia digitale

Le attività di pianificazione espletate nel periodo compreso tra il mese di maggio 2007 e aprile 2008, sono state poste in essere in attuazione a quanto stabilito con la delibera n. 163/06/CONS recante "Atto di indirizzo - approvazione di un programma di interventi volto a favorire l'utilizzazione razionale delle frequenze destinate ai servizi radiotelevisivi nella prospettiva della conversione alla tecnica digitale".

A seguito dell'approvazione di tale atto sono state avviate una serie di attività finalizzate alla revisione e all'attuazione del Piano nazionale di assegnazione delle frequenze nonché alla realizzazione di una razionale conversione del sistema radiotelevisivo dalla tecnica analogica a quella digitale, che hanno, tra l'altro, tenuto conto di quanto determinato dalla Conferenza regionale delle radiocomunicazioni (RRC06), organizzata dal Settore radiocomunicazioni dell'Unione internazionale delle telecomunicazioni (UIT), che si è tenuta a Ginevra dal 15 maggio al 16 giugno del 2006, per trattare il tema della pianificazione del servizio di radiodiffusione terrestre digitale nelle bande di frequenze 174-230 MHz (per la radiodiffusione sonora e televisiva) e 470-862 MHz (per la radiodiffusione televisiva), nei Paesi della Regione 1, situati a ovest del meridiano 170°E e a nord del parallelo 40°S e nella Repubblica islamica del-l'Iran.

Con la delibera n. 414/07/CONS del 2 agosto 2007 recante "Revisione del piano nazionale di assegnazione per il servizio di radiodiffusione televisiva in tecnica digitale dvb-t - Consultazione dei soggetti interessati ai sensi di legge" si è dato avvio ad una consultazione pubblica, in ottemperanza a quanto previsto all'articolo 1, comma 6, lettera a), n. 2, della legge 31 luglio 1997, n. 249, con la quale l'Autorità ha sottoposto agli operatori del settore gli orientamenti e le linee guida dell'Autorità stessa per la revisione del Piano nazionale di assegnazione delle frequenze per l'intero territorio nazionale. La citata delibera prevedeva, tra l'altro, la massima implementazione di reti isofrequenziali al fine di aumentare l'efficienza d'uso delle frequenze stesse.

Preso atto che la regione autonoma Sardegna, il Ministero delle comunicazioni e l'Associazione per la televisione digitale terrestre (DGTVi) avevano sottoscritto un protocollo d'intesa con il quale è stato preso l'impegno a mettere in atto tutte le attività necessarie per rendere possibile la transizione al digitale terrestre in tutto il territorio della regione autonoma Sardegna nel 2008, l'Autorità ha successivamente focalizzato le proprie attività sulla pianificazione di tale Regione.

In particolare, con la delibera n. 603/07/CONS del 21 novembre 2007, recante "Criteri per la completa digitalizzazione delle reti televisive della regione Sardegna in previsione dello *switch-off* fissato al 1° marzo 2008", ai fini della individuazione delle reti digitali terrestri da realizzare nella regione autonoma Sardegna e della conseguente assegnazione dei diritti di uso delle frequenze da parte del Ministero delle comunicazioni, l'Autorità, d'intesa con il Ministero delle comunicazioni stesso, ha ritenuto opportuno convocare un tavolo tecnico con i soggetti nei confronti dei quali il provvedimento finale è destinato a produrre effetti.

Tale tavolo tecnico è pervenuto ad un accordo in merito al numero e alla configu-

razione delle reti televisive digitali terrestri utilizzabili nella Regione Sardegna, nonché alla loro suddivisione tra emittenti nazionali ed emittenti locali, sulla base dei criteri e delle risorse frequenziali previste dalla delibera n. 603/07/CONS. L'accordo è stato altresì condiviso dalla Rai e da tutti gli operatori televisivi, nazionali e locali, presenti nella regione autonoma Sardegna.

Nel tavolo tecnico si è tenuto conto di tutte le esigenze prospettate quali la copertura universale e lo sviluppo del servizio pubblico radiotelevisivo, la salvaguardia della continuità delle trasmissioni attualmente irradiate nonché degli investimenti già effettuati, l'ingresso nel settore di nuovi operatori di rete, lo sviluppo della televisione in mobilità e delle nuove tecnologie, garantendo inoltre, il ruolo delle emittenti locali nella televisione digitale.

Con delibera n. 53/08/CONS del 23 gennaio 2008 è stato quindi definito il "Piano di assegnazione delle frequenze per il servizio di radiodiffusione televisiva in tecnica digitale nella Regione Sardegna in previsione dello *switch-off*. Il nuovo piano di assegnazione prevede 21 frequenze in UHF con copertura superiore all'80% del territorio; di queste, stabilisce che 14 siano assegnate alle emittenti nazionali e 7 alle emittenti locali di estensione regionale, secondo criteri equi, trasparenti e non discriminatori; sono inoltre previste 2 frequenze in VHF con copertura superiore all'80% del territorio che vengono assegnate all'emittenza nazionale, in aggiunta vi sono 6 frequenze con coperture tra il 50 e il 70% del territorio anch'esse assegnate all'emittenza nazionale, mentre 10 frequenze con copertura subregionale saranno assegnate alle emittenti locali, pluriprovinciali e subregionali.

Tra le frequenze con copertura superiore all'80%, 2 sono riservate all'ingresso di operatori nuovi entranti, secondo le regole che saranno determinate dall'Autorità e dal Ministero delle comunicazioni, le rimanenti 5 frequenze di copertura subregionale costituiranno una riserva che potrà essere utilizzata nella fase della negoziazione negli accordi nazionali e bilaterali con i Paesi confinanti.

La suddetta pianificazione assicura alla Rai le frequenze necessarie per la copertura uniforme del territorio per la trasmissione dei programmi analogici e digitali, tenuto anche conto delle peculiarità della rete regionalizzata (Rai Tre) e dell'esigenza di sviluppare applicazioni innovative (quali i servizi in mobilità) come prevede la legge e il contratto di servizio con la Rai; assicura inoltre la continuità delle trasmissioni degli attuali operatori televisivi sia in analogico che in digitale, salvaguardando il servizio all'utenza e gli investimenti effettuati e fornisce garanzie di copertura del territorio anche alle emittenti nazionali che attualmente hanno un "deficit" di copertura. Garantisce, infine, alle emittenti locali risorse necessarie per mantenere e migliorare le proprie coperture, mettendo a disposizione risorse per i nuovi entranti.

Questo risultato si colloca nell'alveo della pianificazione internazionale decisa a Ginevra nel 2006 e rende, in prospettiva, efficiente e pluralistico l'uso dello spettro radioelettrico come determinato dalla Commissione europea.

Va comunque infine precisato che l'attuazione del nuovo piano di assegnazione, prevede un intensa attività di coordinamento con gli Stati esteri interessati, attività svolta dal Ministero delle comunicazioni, a cui l'Autorità fornisce il proprio contributo, che ha già avuto inizio con una serie di incontri bilaterali con l'Amministrazione francese, e di cui è programmato l'avvio con le Amministrazioni della Svizzera e della Spagna.

L'obbligo di cessione del 40% della capacità trasmissiva delle reti digitali

La delibera n. 109/07/CONS

L'Autorità, con delibera n. 663/06/CONS del 23 novembre 2006, ha approvato lo schema di provvedimento recante modifiche e integrazioni al regolamento relativo alle trasmissioni in tecnica digitale terrestre (del. n. 435/01/CONS), sottoposto a consultazione pubblica. Al termine della fase di consultazione l'Autorità, valutati i contributi pervenuti, ha adottato la delibera n. 109/07/CONS del 7 marzo 2007, recante: "Modifiche al regolamento relativo alla radiodiffusione terrestre in tecnica digitale di cui alla delibera n. 435/01/CONS e successive modificazioni. Disciplina della cessione del 40% della capacità trasmissiva delle reti digitali terrestri". La citata delibera si inquadra nel programma di interventi delineato dalla delibera n. 163/06/CONS e volto a favorire l'utilizzazione razionale della frequenze destinate ai servizi radiotelevisivi, nella prospettiva della conversione delle reti analogiche alla tecnologia digitale. Obiettivo del provvedimento è quello di aggiornare le regole per la cessione del 40% della capacità trasmissiva delle reti digitali terrestri, per favorire l'ingresso di nuovi operatori indipendenti in un mercato caratterizzato da forti barriere all'ingresso.

La delibera n.109/07/CONS stabilisce che l'assegnazione del 40% della capacità trasmissiva dei *multiplex* digitali che appartengono ai soggetti operanti in ambito nazionale, obbligati alla cessione di detta capacità ai sensi della normativa introdotta dalla citata legge 66 del 2001 (cioè i soggetti che sono concessionari di più di una emittente televisiva analogica in ambito nazionale), sia sottoposta a una procedura selettiva gestita direttamente dall'Agcom e che i soggetti titolati ad accedere alla capacità trasmissiva siano i soggetti operanti in ambito nazionale o locale, compresi quelli operanti via satellite o via cavo, le emittenti televisive che non abbiano raggiunto la copertura minima di cui all'articolo 3, comma 5, della legge 249/97 e i fornitori di contenuti che non siano in rapporto di controllo o di collegamento con gli operatori di rete tenuti alla cessione di capacità trasmissiva.

Il provvedimento prevede che la procedura selettiva avvenga secondo le seguenti fasi e i sequenti criteri:

- comunicazione all'Autorità (secondo un apposito modello), da parte dei soggetti obbligati alla cessione di capacità trasmissiva, della capacità trasmissiva disponibile suddivisa per bacini territoriali di norma coincidenti con le regioni, con le relative caratteristiche tecniche di copertura e le condizioni economiche di offerta (eque, trasparenti e non discriminatorie);
- emanazione, entro sessanta giorni dalla ricezione delle comunicazioni, da parte dell'Autorità di un disciplinare per lo svolgimento della procedura selettiva finalizzata ad individuare i fornitori indipendenti che possono accedere alla capacità trasmissiva oggetto di cessione;
- previsione, dopo la fase di prima applicazione, della emanazione di un disciplinare con cadenza annuale, per assegnare la capacità trasmissiva eventualmente resasi nel frattempo disponibile (cioè se alla data del primo disciplinare la capacità è ancora occupata da contratti in essere o per qualsiasi altro motivo che determini una capacità ancora da assegnare).
- svolgimento della procedura selettiva per la graduatoria delle domande di accesso da parte di un'apposita Commissione nominata dall'Agcom con separato provvedimento, costituita da 5 membri di cui tre designati dall'Agcom e due dal Ministero.

Il Disciplinare

Con la delibera n. 645/07/CONS l'Autorità ha approvato, previa sottoposizione a consultazione pubblica (delibera n. 566/07/CONS), il disciplinare per lo svolgimento della procedura selettiva per l'individuazione dei soggetti che possono accedere al quaranta per cento della capacità trasmissiva delle reti digitali terrestri oggetto di cessione ai sensi della delibera n. 109/07/CONS del 7 marzo 2007.

Il disciplinare stabilisce una procedura di selezione finalizzata ad individuare i fornitori indipendenti che possono accedere alla capacità trasmissiva oggetto di cessione, che mira a favorire il pluralismo e la concorrenza nel sistema televisivo attraverso la predisposizione da parte dei fornitori di contenuti di programmi di qualità ed attrattivi per il pubblico, che possano accelerare la diffusione della tecnologia digitale terrestre.

Ai fini del rafforzamento del pluralismo e della concorrenza, il disciplinare prevede che i soggetti che accedono alla capacità trasmissiva non siano in rapporto di controllo o di collegamento, ai sensi dell'articolo 43, commi 13, 14 e 15 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e dell'articolo 2359, comma 3, del codice civile con gli operatori di rete tenuti alla cessione della capacità trasmissiva.

Il disciplinare prevede che la procedura selettiva si svolga attraverso le sequenti fasi:

- formulazione, da parte degli operatori cessionari del 40% della capacità trasmissiva dei propri multiplex, delle condizioni economiche per l'accesso ai multiplex.
 Tali condizioni, una volta valutate dell'Autorità, sono pubblicate sul sito web dell'Autorità (nonchè sui siti degli operatori tenuti alla cessione) e diventano vincolanti per l'operatore di rete;
- dalla pubblicazione delle predette condizioni economiche decorrenza dei sessanta giorni previsti per la presentazione delle domande di partecipazione alla procedura di selezione da parte dei soggetti in possesso dei requisiti stabiliti nel Disciplinare e che intendono accedere alla capacità trasmissiva;
- pervenute le domande, svolgimento della fase di ammissione alla procedura da parte della commissione;
- completata la procedura di ammissione, svolgimento della fase di valutazione e comparazione delle domande da parte della Commissione in relazione ai parametri indicati dal disciplinare che riguardano in particolare tre aree: piano editoriale, piano d'impresa e progetto di utilizzo della capacità trasmissiva;
- formazione delle graduatorie distinte in relazione alla tipologia dei soggetti richiedenti (nazionali, locali) da parte della Commissione;
- approvazione delle graduatorie da parte dell'Autorità e associazione della capacità trasmissiva ai soggetti aggiudicatari, in base all'ordine di graduatoria e in relazione alla preferenza espressa in sede di presentazione della domanda, compatibilmente con la disponibilità di capacità trasmissiva dei singoli multiplex e secondo criteri di efficienza allocativa.

All'esito della procedura, i contratti di cessione stipulati tra gli operatori di rete e i soggetti aggiudicatari saranno trasmessi all'Autorità per la verifica della loro conformità al regolamento. In caso di controversie l'Agcom si pronuncerà secondo le proprie procedura in materia di risoluzione extragiudiziale delle controversie.

Le condizioni economiche riformulate dagli operatori sono state pubblicate sul sito web dell'Autorità e sui siti degli operatori tenuti alla cessione della capacità trasmissi-

va in data 24 aprile 2008. Il termine di sessanta giorni per la presentazione delle domande di partecipazione alla procedura per la cessione del quaranta per cento della capacità trasmissiva scadrà, pertanto, il giorno 23 giugno 2008.

Gli interventi in materia di vigilanza aventi a oggetto il sistema unico di accesso condizionato nella televisione digitale

Nel corso del periodo compreso tra il mese di maggio 2007 ed il mese di aprile 2008, l'Autorità ha portato a termine con successo l'attività di vigilanza avviata lo scorso anno con riferimento all'accesso condizionato nella televisione satellitare.

Si è trattato di una istruttoria molto complessa, priva di analoghi precedenti nel contesto giuridico europeo, finalizzata a valutare gli effetti prodotti dall'adozione di un sistema unico di accesso condizionato sul mercato dei sistemi e dei prodotti.

A seguito di un esposto da parte della società Comex S.r.l., società produttrice di set top box, sono state analizzate le condizioni tecniche, commerciali e di sicurezza richieste da Sky Italia S.r.l. e NDS Ltd per la concessione della licenza del sistema di accesso condizionato *Videoguard* così come personalizzato per Sky Italia.

L'articolo 43, comma 1, del Codice delle comunicazioni elettroniche dispone infatti che "All'accesso condizionato ai servizi televisivi e radiofonici digitali trasmessi ai telespettatori e agli ascoltatori si applicano, a prescindere dai mezzi di trasmissione, le condizioni di cui all'allegato n. 2, parte I". Tra le condizioni del citato allegato 2, vi è quella per cui "quando concedono licenze ai fabbricanti di apparecchiature di consumo, i titolari di diritti di proprietà industriale relativi ai sistemi e ai prodotti di accesso condizionato lo fanno a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie".

Ai sensi della delibera n. 62/07/CONS, NDS Ltd e Sky Italia S.r.I hanno comunicato integralmente le condizioni tecniche, commerciali e di sicurezza poste ai produttori che avessero fatto richiesta della licenza del sistema di accesso condizionato *Videoguard*, consentendo all'Autorità un attento vaglio circa la loro equità, ragionevolezza e non discriminazione. In tal modo, anche in esito alla comunicazione delle valutazioni conclusive degli uffici tecnici e alla costante ricerca di un confronto tra le parti, è in via di definizione un accordo tra le società coinvolte al fine di pervenire ad una risoluzione delle criticità emerse.

La radiofonia digitale

Con delibera n. 665/06/CONS l'Autorità aveva avviato una consultazione pubblica concernente una indagine conoscitiva sulla fornitura di servizi radiofonici in tecnica digitale anche mediante ulteriori standard disponibili ai fini dell'integrazione del regolamento recante la disciplina della fase di avvio delle trasmissioni radiofoniche in tecnica digitale approvato con la delibera n. 149 del 2005.

La consultazione aveva l'obiettivo di verificare l'interesse per l'introduzione di dette tecnologie in Italia e di raccogliere elementi per un aggiornamento dell'attuale regolamentazione dei servizi radiofonici digitali, basata sulla tecnologia T-DAB mediante gli ulteriori standard disponibili, emergenti a livello internazionale, nel rispetto del principio di "neutralità tecnologica."

La consultazione ha riscosso un notevole successo ed ha visto la partecipazione di oltre 100 soggetti costituiti da associazioni di categoria, emittenti radiofoniche, consorzi di imprese, fornitori di contenuti, ed anche alcuni operatori di radio digitale este-

ri ed imprese appartenenti al settore delle telecomunicazioni. L'Autorità ha pubblicato, nel mese di novembre 2007, gli esiti della consultazione pubblica.

Essa ha evidenziato un forte interesse per l'introduzione delle tecnologie digitali relative ai servizi radiofonici, che, in particolare, comprende non solo le recenti versioni "aggiornate" dello standard DAB (DAB+ e DAB-IP), ma anche il DMB quale evoluzione del DAB, l'IBOC e il DRM. L'affacciarsi sul mercato di tali standard permette di pervenire ad un migliore e più razionale utilizzo della capacità trasmissiva e ad un uso più pluralistico delle frequenze.

La concessionaria pubblica, e un vasto numero di editori radiofonici nazionali e locali privati, sia commerciali che comunitari, hanno infatti ribadito l'esigenza di realizzare un sistema radiofonico digitale che rappresenti la naturale evoluzione del sistema analogico e che sia quindi basato sul massimo pluralismo, con una transizione pianificata, ordinata ed economicamente sostenibile per le imprese del settore.

L'obiettivo dell'aggiornamento della regolamentazione dei servizi radiofonici digitali sembra oggi maggiormente perseguibile, non solo per via dei sopra menzionati sviluppi tecnologici che dovrebbero permettere il superamento dei problemi di scarsità delle frequenze, ma anche per via del mutato quadro di rapporti tra gli operatori del settore testimoniato da un maggiore sforzo di cooperazione tecnologica tra gli operatori. Si considerino, infatti, i recenti accordi di cooperazione che riguardano Rai Way ed alcune associazioni di emittenti radiotelevisive locali (Aeranti-Corallo e RNA), che hanno dato alla luce l'Associazione per la Radiofonia Digitale (ARD), nonché quelli riquardanti l'associazione FRT con EURODAB Italia e CR Dab. Tali accordi e forme consortili appaiono in grado di superare alcune contrapposizioni che in passato si sono registrate tra gli operatori, attraverso una fase di maggiore e proficua cooperazione che sta portando ad una decisa accelerazione del processo di avvio del digitale radiofonico. Infatti, il definitivo avvio delle diffusioni televisive in tecnica digitale nelle aree all digital rappresenterà un'ulteriore e concreta opportunità in grado di superare parzialmente il deficit di frequenze per il settore radiofonico. La nuova convergenza di intenti ha permesso, inoltre, il superamento di ogni incertezza sullo standard tecnico da implementare e sulla migliore strategia per un rapido avvio delle diffusioni ordinarie.

In tale ambito sono state eseguite alcune sperimentazioni delle nuove tecnologie. In particolare, si segnalano quelle su aree geograficamente localizzate finalizzate a sviluppare reti e servizi multimediali per la radiodiffusione sonora e ad individuare i parametri radioelettrici per la diffusione di programmi in *Visual Radio* DMB/DAB+. Dal punto di vista regolamentare si ritiene opportuno definire anche regole appropriate e ben definite per fornire certezze giuridiche relativamente a tutti gli aspetti della radio digitale, come per esempio in merito all'utilizzazione dei cosiddetti "gap filler" per i sistemi radiofonici satellitari.

Infine, l'Autorità ha istituito un tavolo tecnico (al quale prendono parte il Ministero delle comunicazioni, le concessionarie del servizio pubblico e le associazioni rappresentative delle emittenti radiofoniche private nazionali e locali) con il mandato di valutare i risultati delle sperimentazioni tecniche effettuate dagli operatori radiofonici pubblici e privati, nazionali e locali, come utile base per raccogliere elementi anche per una nuova pianificazione delle frequenze radiofoniche digitali. L'Autorità potrà così pervenire ai necessari adeguamenti regolamentari e di pianificazione delle frequenze, per consentire il concreto sviluppo del mercato delle trasmissioni radiofoniche in tecnica digitale in un quadro di regole certe basate sui principi di pluralismo, concorrenza e innovazione tecnologica.

2.7. Le controversie tra operatori nelle comunicazioni elettroniche

L'Autorità, nel corso del periodo compreso tra il mese di maggio 2007 e aprile 2008, è stata investita della risoluzione di 32 contenziosi. In particolare, sono state promosse sei controversie ai sensi dell'articolo 23 del Codice in materia di comunicazioni elettroniche ed una controversia in materia di accesso alla piattaforma satellitare; per i rimanenti contenziosi è stato richiesto di esperire il tentativo obbligatorio di conciliazione, ai sensi del Capo II del Regolamento adottato con delibera n.148/01/CONS.

Nel periodo di riferimento, l'Autorità ha, altresì, adottato cinque delibere con le quali ha definito le controversie aperte nel corso del periodo precedente a quello di riferimento.

In particolare, con la delibera n. 29/07/CIR, l'Autorità ha definito la controversia promossa da H3G nei confronti di Vodafone relativa alla definizione del prezzo dei servizi di terminazione sulla rete H3G delle chiamate originate dalla rete Vodafone. La citata delibera ha rigettato l'istanza di H3G con la quale si chiedeva di accertare il diritto della medesima di applicare a Vodafone un prezzo di terminazione pari a 18,76 eurocent per ciascun minuto terminato sulla rete H3G ed ha riconosciuto valide ed efficaci le diverse condizioni economiche previste nel contratto di interconnessione, e relativo Addendum, vigente tra le parti.

In materia di prezzi per il servizio di fatturazione per l'accesso alle numerazioni non geografiche 892UU e 12XY l'Autorità, a seguito delle controversie promosse da Telegate e da 1288, entrambe nei confronti di Telecom Italia, ha adottato, rispettivamente, le delibere n. 59/07/CIR relativa al contenzioso Telegate/Telecom Italia e n. 60/07/CIR relativa al contenzioso 1288/Telecom Italia. Al riguardo, le citate delibere hanno riconosciuto il diritto della società Telegate e della società 1288 alla restituzione delle maggiori somme, comprensive di interessi, percepite da Telecom Italia, nel periodo dal 1° gennaio 2006 al 25 luglio 2006. Tali somme erano state percepite dall'incumbent, per la prestazione del servizio di fatturazione per l'accesso alle citate numerazioni, nel periodo intercorso dal 1° gennaio all'adozione della delibera n. 19/06/CIR. Tale delibera, nell'approvare l'Offerta di riferimento di Telecom Italia per l'anno 2006, ha infatti apportato le modifiche alle condizioni tecniche ed economiche dei servizi di fatturazione, con vigenza a partire dall'inizio del 2006.

La delibera n. 108/07/CONS del 2 agosto 2007, in materia di tariffazione del servizio di transito, ha parzialmente accolto l'istanza di Tele2 promossa nei confronti di Telecom Italia. Con tale provvedimento, l'Autorità ha deciso che Telecom Italia, deve applicare al traffico originato da Tele2 e diretto verso numerazioni portate degli operatori Fastweb e Wind, nel periodo compreso tra il mese di gennaio 2005 ed il mese di dicembre 2006, le condizioni economiche previste per il servizio di transito a livello di singolo SGU (Stadio di Gruppo Urbano), complessivamente al 37% del traffico transitato, e deve conseguentemente emettere, entro 30 giorni dalla notifica del provvedimento, note di credito per una cifra pari alla differenza tra quanto è stato fatturato a titolo di corrispettivo per il servizio di transito a livello di SGU distrettuale e quanto avrebbe dovuto essere corrisposto da Tele2 se il servizio di transito fosse stato valorizzato a livello di singolo SGU nella misura appena indicata.

Con delibera n. 112/07/CIR del 3 ottobre 2007, è stata definita la controversia tra la società Freeway e la società Telecom Italia in materia in interconnessione inversa. La società istante, Freeway, chiedeva il riconoscimento delle condizioni economiche asimmetriche per il servizio di terminazione inversa, così come definite dalla delibera n. 417/06/CONS per gli operatori notificati nel mercato della terminazione su rete fissa. L'Autorità, con tale provvedimento, ha respinto la richiesta avanzata dalla società Freeway, non risultando applicabili all'operatore istante le condizioni economiche previste per il servizio di interconnessione inversa, ai sensi della delibera n. 417/06/CONS.

Inoltre, sempre con riferimento all'attività controversiale avviata nel corso del periodo precedente, l'Autorità ha proseguito gli approfondimenti istruttori inerenti ai procedimenti tra le società Welcome Italia e Telecom Italia e tra le società H3G e Telecom Italia. I procedimenti relativi a dette controversie, a seguito dell'invito a conciliare rivolto alle parti dall'Autorità, si sono conclusi con la sottoscrizione di accordi transattivi. In particolare, il procedimento tra H3G e Telecom Italia, instaurato dalla prima con la richiesta di accertare il proprio diritto a ricevere il pagamento dei corrispettivi dovuti per il traffico di interconnessione SMS terminato sulla propria rete si è concluso con delibera n. 18/08/CIR. L'Autorità prendendo atto della sottoscrizione dell'accordo transattivo tra le parti ha dichiarato il non luogo a procedere per la cessata materia del contendere.

Con riguardo all'attività controversiale svolta nel periodo di riferimento, l'Autorità ha definito, in data 27 febbraio 2008, con delibera n.117/08/CIR, la controversia promossa dalla società Conto TV nei confronti della società Sky Italia. Conto TV segnalava l'inadempimento da parte di Sky Italia degli Impegni annessi alla decisione della Commissione europea n. Comp/M.2876 del 2 aprile 2003 e, più precisamente, quelli contemplati nel paragrafo 11 in materia di *simulcrypt* e di fornitura dei relativi servizi tecnici. In particolare la citata Decisione comunitaria è volta ad assicurare agli operatori terzi la possibilità di diversificare le offerte di servizi televisivi rispetto a quelle di Sky Italia, sia sotto l'aspetto commerciale che delle modalità di fruizione dei contenuti.

Di conseguenza, l'Autorità ha stabilito che l'operatore Sky Italia è tenuto ad assicurare all'operatore Conto TV, nell'ambito dell'accordo di *simulcrypt* di cui al punto 11.8 degli Impegni, l'erogazione dei servizi tecnici necessari alla fornitura di una pluralità di offerte di programmazione televisiva all'interno del medesimo canale, fermo restando il rispetto, da parte di Conto TV, del principio di ragionevolezza e tenuto anche conto dei principi di leale cooperazione tra gli operatori sanciti dal predetto punto 11.8 degli Impegni.

Inoltre, in data 16 aprile 2008, con la delibera n. 17/08/CIR l'Autorità ha definito la controversia promossa dalla società H3G nei confronti della società Vodafone relativa alla sospensione del servizio di interconnessione diretta della rete H3G con la rete Vodafone. In particolare, H3G, con tale istanza, ha chiesto all'Autorità di accertare il proprio diritto di fruire dell'interconnessione diretta della propria rete con quella di Vodafone. Tale operatore, infatti, a seguito dell'adozione della delibera n. 29/07/CIR aveva chiesto ad H3G di fatturare il prezzo di terminazione ivi indicato e, in considerazione dell'inottemperanza delle disposizioni della stessa, ha sollevato l'eccezione di inadempimento manifestando l'intenzione di sospendere la prestazione di interconnessione diretta.

Va, infine, in questa sede ricordato che con la delibera n. 111/07/CIR l'Autorità ha avviato un procedimento finalizzato a dare ottemperanza alla decisione del Consiglio

di Stato, Sezione VI, n. 4888/07 del 10 luglio 2007, pubblicata il successivo 21 settembre 2007, con la quale è stato accolto in parte l'appello di Telecom Italia S.p.A. avverso la sentenza del Tribunale Amministrativo del Lazio, Sezione II, n. 1773/06, pubblicata in data 8 marzo 2006, ed è stata dichiarata l'illegittimità in parte qua della delibera n. 11/03/CIR.

Il Consiglio di Stato, con la succitata decisione, ha dichiarato illegittima la delibera n. 11/03/CIR nella misura in cui la stessa ometteva la fissazione di specifici criteri di ragionevolezza e proporzionalità per la determinazione dei prezzi di terminazione degli operatori alternativi e non indicava un limite temporale certo o un percorso regolatorio per l'attenuazione nel tempo della misura asimmetrica in questione.

Nella delibera n. 111/07/CIR l'Autorità ha individuato l'ambito soggettivo del procedimento restringendolo ai soli operatori che, avendo avviato controversie con Telecom Italia circa la definizione del prezzo di terminazione a seguito della delibera n. 11/03/CIR, non avevano ancora raggiunto accordi con Telecom Italia alla data di adozione della delibera medesima. Risultano in tale situazione gli operatori Fastweb, Multilink e Brennercom. Tali controversie saranno quindi concluse in esito al completamento del procedimento avviato con la delibera n. 111/07/CIR.

Nel periodo di riferimento, l'Autorità ha, altresì, concluso cinque procedimenti avviati ai sensi del Capo II (esperimento del tentativo obbligatorio di conciliazione) della delibera n. 148/01/CONS.

Nella tabella che segue (tabella 2.11) è evidenziato il dettaglio relativo alle attività controversiali avviate nel periodo dal mese di maggio 2007 al mese di aprile 2008 con lo stato attuale del relativo procedimento. Si fa presente che nel riquadro relativo allo stato del procedimento è indicato anche la tipologia di contenzioso. Nei casi in cui la parte istante ha chiesto l'esperimento del tentativo obbligatorio di conciliazione la procedura è stata avviata ai sensi del Capo II della delibera n. 148/01/CONS, nei rimanenti casi i procedimenti sono stati avviati ai sensi del Capo I del medesimo regolamento dell'Autorità.

Data				
Arrivo	Istante	Controparte	Oggetto	Stato
10/05/07		M-Three Satcom	Mancato pagamento	Concluso
	International		fatture per servizi forniti	(Capo II)
11/05/07	' Multilink	Telecom Italia	Interconnessione inversa	Sospeso in
				attesa defini-
				zione proce-
				dimento
				avviato con
				delibera n.
				111/07/CIR
				(Capo I)
17/05/07	' Conto TV	Sky Italia	Piattaforma satellitare	Concluso
				(Capo I)
23/05/07	' E-via	Elitel	Mancato pagamento	Concluso
			fatture per servizi forniti	(Capo II)
23/05/07	' E-via	Mediterranea TLC	Mancato pagamento	Concluso
			fatture per servizi forniti	(Capo II)
26/6/07	E-via	Twins	Mancato pagamento	Concluso
		Telecommunication	is fatture per servizi forniti	(Capo II)
26/6/07	E-via	Sunstone net	Mancato pagamento	Concluso
			fatture per servizi forniti	(Capo II)
22/6/07	Karupa	Eutelia	Mancato pagamento	Concluso
			fatture per servizi forniti	(Capo II)
7/8/07	Conto TV	Sky	Piattaforma satellitare	Rigetto
				istanza
				(Capo I)
10/8/07	Telvia	Telecom Italia	Disattivazione linee	Concluso
				(Capo II)
2/8/07	Intratec	Telecom Italia	Disattivazione linee	Concluso
				(Capo II)
7/8/07	Digitel	Telecom Italia	Disattivazione linee	Concluso/
				rigetto
				istanza
				(Capo II)
11/9/07	Bphone	Telecom Italia	Mancata corresponsione	In corso
			ricavi servizi tariffazione	(Capo I)
			specifica	
5/10/07	Tsystems	Elinet	Mancato pagamento	Concluso
			fatture per servizi forniti	(Capo II)
12/10/07	' Brennercom	Telecom Italia	Interconnessione inversa	Sospeso
				in attesa
				definizione
				procedimento
				avviato con
				delibera n.
				111/07/CIR
				(Capo I)

Data				
Arrivo	Istante	Controparte	Oggetto	Stato
9/10/07	Csinfo	Telecom Italia	Interconnessione inversa	Concluso/
				ritiro istanza
10/10/0=		D.T. 1.		(Capo I)
18/10/07	' Quidex	BT Italia	Inadempimento	Concluso
			contrattuale per servizio	(Capo II)
			code hosting	
25/10/07	' E-via	Cardtech	Mancato pagamento	Concluso
			fatture per servizi forniti	(Capo II)
25/1/07	E-via	Sinergie	Mancato pagamento	Concluso
			fatture per servizi forniti	(Capo II)
26/11/07	' Business	Elitel	Mancato pagamento	Concluso
	Media Marketi		fatture per servizi forniti	(Capo II)
10/10/07	' Teleunit	Telecom Italia	Mancata corresponsione	In corso
			ricavi per servizi a	(Capo I)
			tariffazione specifica	
06/12/07	' Intermatica	Telecom Italia/	Mancato pagamento	Concluso
		Vodafone	fatture per servizi forniti	(Capo II)
9/11/07	Calù	BT Italia	Mancato pagamento	Concluso
			fatture per servizi forniti	(Capo II)
9/11/07	Calù	Elitel	Mancato pagamento	Concluso
			fatture per servizi forniti	(Capo II)
28/01/08	Eutelia	Lycatel	Mancata corresponsione	Concluso
			ricavi per servizi di raccolta	(Capo II)
			e terminazione	
5/02/08	T-systems	Info-Tel	Mancato pagamento	Concluso
	•		fatture per servizi forniti	(Capo II)
18/02/08	Rarupa	Telecom Italia	Mancato pagamento	In corso
	·		fatture per servizi forniti	(Capo II)
11/2/08	Teliasonera	Elitel	Mancato pagamento	Concluso
			fatture per servizi forniti	(Capo II)
07/03/08	H3G	Vodafone Omnitel	Interruzione	Concluso
			interconnessione diretta	(Capo I)
22/3/08	E-via	Linitel	Mancato pagamento	In corso
			fatture per servizi forniti	(Capo II)
22/3/08	E-via	Styleweb	Mancato pagamento	In corso
, -,	-	,	fatture per servizi forniti	(Capo II)
26/3/08	Tex.net TLC	E-via	Mancato pagamento	In corso
-, -, -,			fatture per servizi forniti	(Capo II)
				(/

Fonte: Autorità

Al fine di adeguare l'azione regolamentare in tema di risoluzione delle controversie tra operatori di comunicazione elettronica agli sviluppi normativi e agli esiti derivanti dalla prassi applicativa è in corso di svolgimento l'attività di revisione del regolamento di cui alla delibera n. 148/01/CONS.

Tale attività è stata avviata con l'indizione di una consultazione pubblica adottata con delibera n. 98/08/CONS pubblicata, in data 15 marzo 2008, nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 64.

2.8. I procedimenti sanzionatori nei confronti degli operatori di comunicazione elettronica

Nel periodo dal mese di maggio 2007 al mese di aprile 2008, l'Autorità ha svolto attività pre-istruttorie su varie ipotesi di violazione della normativa in materia di comunicazione elettronica, ai sensi dell'articolo 4 della delibera n. 136/06/CONS e successive modifiche ed integrazioni.

Tali attività hanno determinato l'avvio di una serie di procedimenti sanzionatori, alcuni dei quali sono stati conclusi con l'adozione di provvedimenti di ordinanza ingiunzione.

Nel periodo di riferimento, l'Autorità ha, altresì, svolto attività istruttorie per l'adozione di un provvedimento (delibera n. 569/07/CONS) di natura prescrittiva (ordine di interruzione di comportamenti lesivi) ai sensi dell'articolo 2, comma 20, lettera d), della legge 14 novembre 1995, n. 481.

In particolare, le prime attività sanzionatorie svolte dall'Autorità nel periodo di riferimento hanno riguardato la violazione da parte della società Telecom Italia S.p.A. della normativa in materia di replicabilità dell'offerta sui servizi di accesso disaggregato, di cui alla delibera n. 83/06/CIR, articolo 2, comma 6.

Tali attività hanno condotto all'adozione di due provvedimenti, delibera n. 487/07/CONS e n. 570/07/CONS, con i quali l'Autorità ha sanzionato Telecom Italia per il mancato rispetto delle disposizioni in materia di *shared access* previste ai sensi dell'articolo 2, comma 6, della delibera n. 83/06/CIR. Con riferimento a tali provvedimenti sanzionatori, si segnala che Telecom Italia ha adempiuto ai relativi obblighi versando, rispettivamente, le somme di 120 mila e 240 mila euro.

L'attività sanzionatoria svolta dall'Autorità nel periodo di riferimento è poi proseguita con una serie di contestazioni alla società Telecom Italia per violazione della normativa in materia di modalità di attivazione e disattivazione dei servizi di CPS (Carrier Pre-selection) e ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) wholesale.

Al riguardo, occorre premettere che tali contestazioni sono state avviate in esito agli accertamenti condotti su segnalazioni da parte della società Wind Telecomunicazioni S.p.A. per presunti comportamenti anticompetitivi di Telecom Italia nelle materie indicate.

Nell'ambito di tali accertamenti l'Autorità ha condotto, nel mese di luglio 2007, attività ispettive unitamente ad una serie di ulteriori attività finalizzate ad acquisire ogni informazione utile ad accertare tali violazioni.

Nel corso delle predette attività di accertamento, l'Autorità ha anche rilevato che Telecom Italia non aveva provveduto a comunicare, nei tempi e con le modalità prescritti, alcuni dati e informazioni richiesti dall'Autorità in materia di servizi ADSL wholesale. Ad esito delle attività istruttorie, l'Autorità ha ratificato quanto rilevato in sede di contestazione con delibera di ordinanza ingiunzione n. 63/08/CONS.

Nel corso di tali attività istruttorie, l'Autorità ha rilevato la sussistenza di ulteriori violazioni a carico della medesima società.

In particolare, in un caso, la violazione ha riguardato, con riferimento a 64 utenze telefoniche, per l'anno 2005, la violazione della normativa in materia di attivazione/disattivazione di servizi di CPS di cui agli articoli 2 e 3 della delibera n. 4/03/CIR. Secondo la contestazione, Telecom Italia ha proceduto alla disattivazione del servizio di CPS con la società Wind Telecomunicazioni e al contestuale passaggio dei clienti presso la medesima società, senza effettuare le prescritte comunicazioni di cui all'articolo 3, commi 1 e 5, della delibera n. 4/03/CIR. Inoltre, tale società non ha fornito le dichiarazioni di volontà dei clienti debitamente sottoscritte, idonee a comprovare, in modo inequivoco, la volontà di disattivazione del servizio di CPS, contravvenendo alle disposizioni di cui all'articolo 2, comma 1, della delibera n. 4/03/CIR. Con riferimento a tale violazione, l'Autorità ha preso atto dell'avvenuto pagamento volontario (oblazione) di euro 6.528.000 da parte di Telecom Italia in data 26 gennaio 2008. Di conseguenza, l'Autorità ha archiviato il relativo procedimento con delibera n. 83/08/CONS.

Come segnalato, l'Autorità, nel periodo di riferimento, ha, altresì, svolto la sua azione anche attraverso la redazione di un ordine amministrativo volto alla interruzione di comportamenti lesivi del diritto degli utenti, ai sensi dell'articolo 2, comma 20, lettera d), della legge 14 novembre 1995, n. 481. Tale provvedimento ha riguardato la materia delle procedure di passaggio tra operatori, disciplinate dalle delibere n. 4/06/CONS e n. 274/07/CONS.

Con tale provvedimento (delibera n. 569/07/CONS), l'Autorità ha ordinato a Telecom Italia l'interruzione di una procedura unilaterale di migrazione consistente nella prassi commerciale volta ad accettare dai clienti finali mandato a completare tale procedura, nel caso di inerzia dell'operatore donating.

Inoltre, con il medesimo provvedimento, l'Autorità ha, altresì, obbligato gli operatori alternativi a concludere le negoziazioni per l'operatività delle procedure di migrazione, entro il termine di 30 giorni dalla data di notifica dello stesso e di trasmettere, contestualmente tali accordi.

Al riguardo, si precisa che tale ordine segue una serie di attività interlocutorie condotte dall'Autorità nel periodo di riferimento.

2.9. L'audiovisivo

Il servizio pubblico radiotelevisivo

Il Testo unico della radiotelevisione (articolo 48, comma 1) affida all'Autorità il compito di verificare che il servizio pubblico generale radiotelevisivo venga effettivamente prestato ai sensi delle disposizioni di cui al citato Testo unico, del contratto nazionale di servizio e dei singoli contratti di servizio regionali/provinciali. La stessa legge stabilisce che, in merito ai controlli effettuati, l'Autorità riferisce in Parlamento in sede di Relazione Annuale.

Il fondamento di tale competenza si rinviene nel mutato ruolo assegnato al servizio pubblico radiotelevisivo sia ad opera della Corte costituzionale, sia degli organi comunitari.

Nella sentenza n. 284 del 2002, in materia di canone televisivo, la suprema Corte, affrontando il tema della conformazione del servizio pubblico radiotelevisivo, osservava che l'esistenza di un servizio radiotelevisivo pubblico - cioè promosso e organizzato dallo Stato, non più a titolo di monopolista legale della diffusione dei programmi televisivi, ma nell'ambito di un sistema misto pubblico-privato - si giustifica solo in quanto chi esercita tale servizio sia tenuto ad operare non come uno qualsiasi dei soggetti del limitato pluralismo di emittenti, nel rispetto da tutti dovuto ai principi generali del sistema, bensì svolgendo una funzione specifica per il miglior soddisfacimento del diritto dei cittadini all'informazione e alla diffusione della cultura.

Sul fronte comunitario va richiamato *in primis* il Protocollo sulla radiodiffusione pubblica, allegato al Trattato di Amsterdam, il quale collega direttamente il servizio pubblico radiotelevisivo alle esigenze democratiche, sociali e culturali della società e all'esigenza di preservare il pluralismo dei mezzi di comunicazione, ponendo, tuttavia, due condizioni, entrambe ispirate al principio di proporzionalità: il finanziamento al servizio pubblico può essere accordato solo ai fini dell'adempimento degli obblighi di servizio pubblico; il finanziamento non può perturbare gli scambi e la concorrenza.

I principi espressi dal Trattato di Amsterdam sono ripresi e ampliati nella Comunicazione interpretativa della Commissione europea relativa all'applicazione degli aiuti di Stato al servizio pubblico radiotelevisivo (C320 del 15 novembre 2001), che si ispira alla giurisprudenza della Corte di giustizia. Il principio cardine è che la definizione dei compiti e delle funzioni deve essere precisa e non può esserci troppa elasticità e indeterminatezza nell'assunzione degli obblighi. La definizione, perciò, non deve lasciare dubbi circa l'inclusione di una determinata attività nel servizio pubblico. Il secondo profilo fondamentale attiene alla formalizzazione dell'incarico a svolgere il servizio pubblico e alla vigilanza sul medesimo. Per la Commissione europea, infatti, è fondamentale che la vigilanza sull'effettivo svolgimento dei compiti di servizio pubblico sia effettuata direttamente dallo Stato membro, e soprattutto esercitata da un'autorità o da un organismo a tutti gli effetti indipendente dalle imprese incaricate del pubblico servizio. Inoltre, vengono fissati i principi che devono presiedere alla deroga al divieto degli aiuti di Stato, che prendono in particolare considerazione il finanziamento e il principio di proporzionalità. Le emittenti di servizio pubblico possono, ad esempio, anche svolgere attività commerciali, come la vendita di spazi pubblicitari, ma tali attività non possono essere considerate come facenti parte del servizio pubblico; per questo, l'impresa deve tenere la contabilità separata che rendiconti distintamente le entrate e le uscite di ogni attività.

L'attività di vigilanza dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni sull'esecuzione del contratto di servizio - strumento nel quale sono declinati con il massimo dettaglio i compiti di servizio pubblico in capo alla concessionaria - si inquadra, dunque, nell'ambito del secondo profilo evidenziato dalla Commissione europea.

Il primo contratto di servizio stipulato in base alla nuova disciplina è quello per il triennio 2007-2009, sottoscritto dalle parti – Ministero delle comunicazioni e Rai - in data 5 aprile 2007 ed entrato in vigore il 30 maggio dello stesso anno.

Esso è stato preceduto dalla linee-guida approvate dall'Autorità, d'intesa con il Ministero delle comunicazioni, con delibera n. 481/06/CONS.

Nel periodo intercorso tra la stipula del contratto di servizio ed oggi, l'Autorità ha esercitato la prevista funzione di vigilanza con riferimento a tutti i diversi ambiti di cui al contratto di servizio 2007-09. Tuttavia, sia l'attenzione degli organi comunitari per le disposizioni sugli aiuti di Stato al servizio pubblico generale radiotelevisivo, sia l'interesse dell'opinione pubblica – ed in particolare delle associazioni dei consumatori - per la destinazione delle risorse generate dal pagamento del canone hanno attribuito, quasi naturalmente, una rilevanza particolare agli articoli del contratto che disciplinano la programmazione propriamente "di servizio pubblico", riferiti alla qualità della programmazione, ai generi di servizio, all'offerta specifica per i minori e per le persone con disabilità.

I generi

Nelle linee-guida sul contenuto degli ulteriori obblighi della concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo⁹⁰, propedeutiche alla stipula del contratto di servizio, l'Autorità aveva enucleato cinque tipologie di programmi prioritariamente di "servizio pubblico"⁹¹, e demandato al contratto di servizio il compito di determinare, tenendo conto delle tipologie individuate, gli specifici generi dei programmi considerati di servizio pubblico, definizione da utilizzare anche ai fini contabili⁹². Tali programmi vanno a costituire la quota di programmazione predeterminata per legge, vincolata al rispetto di parametri precisi e finanziati dal canone di abbonamento.

Per quanto attiene alla programmazione televisiva, l'articolo 4, comma 1, del contratto vigente indica nove generi di servizio pubblico, di seguito elencati: 1) informazione; 2) approfondimento; 3) lavoro, comunicazione sociale, pubblica utilità; 4) promozione culturale, scuola e formazione; 5) turismo e qualità del territorio; 6) spettacolo; 7) sport; 8) minori; 9) promozione dell'audiovisivo. Per la programmazione radiofonica, l'articolo 5, comma 1 del contratto individua sette generi, quasi speculari a quelli televisivi: 1) informazione; 2) approfondimento; 3) lavoro, società, comunicazione sociale; 4) cultura, scuola e formazione; 5) musica ed intrattenimento; 6) servizio; 7) pubblica utilità.

⁹⁰ V. articolo 17, comma 4, della legge 3 maggio 2004, n. 112 e articolo 45, comma 4 del Testo unico della radiotelevisione. Le Linee-guida sono state approvate con delibera n. 481/06/CONS ed emanate con delibera n. 540/06/CONS.

⁹¹ Le cinque tipologie individuate sono: informazione, comunicazione sociale, educazione e formazione, promozione culturale italiana ed europea, trasmissioni per minori.

⁹² Nelle Linee guida l'Autorità ha richiamato l'attenzione della Rai sulla necessità di definire i generi in maniera chiara e dettagliata, evitando la commistione tra diverse tipologie.

In base al comma 2 dell'articolo 4 la Rai è tenuta a destinare ai nove generi televisivi sopra indicati "non meno del 65% della programmazione annuale delle tre reti generaliste terrestri nella fascia oraria compresa tra le 6 e le 24 e non meno dell'80% sulla terza rete". Lo stesso comma 2 specifica, inoltre, che "la programmazione deve essere distribuita sulle diverse reti generaliste terrestri in tutti i periodi dell'anno ed anche negli orari di maggiore ascolto e di *prime time*". Analogamente, il comma 4 dell'articolo 5 stabilisce che la Rai destini "non meno del 70% della programmazione annuale dei canali nazionali RadioUno e RadioDue, e non meno del 90% per RadioTre, ai programmi indicati al comma 1".

Nei termini previsti dal contratto, la Rai ha trasmesso all'Autorità le dovute informative semestrali⁹³ sulla composizione dell'offerta televisiva e radiofonica dei periodi 1 gennaio-30 giugno 2007 e 1 luglio-31 dicembre 2007.

Tabella 2.12. L'offerta delle reti televisive generaliste terrestri Rai (RaiUno, RaiDue, RaiTre) nel 2007.

Generi di servizio pubblico e altri generi. Contratto di servizio 2007-09 (articolo 4). Valori assoluti

Genere	Fascia oraria: 06:00 - 24:00					
	Rai Uno	Rai Due	Rai Tre	Totale reti		
Informazione	933.55.24	740.39.18	1051.50.37	2726.25.19		
Approfondimento	344.07.18	494.34.48	925.24.41	1764.06.47		
Lavoro, comun. sociale,						
pubblica utilità	1200.05.14	115.19.14	749.05.45	2064.30.13		
Promozione culturale,						
scuola, formazione	145.44.35	182.19.52	975.01.26	1303.05.53		
Turismo e qualità del territorio	155.53.48	132.03.19	48.27.58	336.25.05		
Spettacolo	37.24.01	39.50.10	167.21.03	244.35.14		
Sport	120.28.17	409.43.35	558.11.23	1088.23.15		
Minori	31.34.41	1131.51.11	592.26.32	1755.52.24		
Promozione dell'audiovisivo	830.03.24	273.56.20	576.20.50	1680.20.34		
Totale servizio pubblico	3799.16.42	3520.17.47	5644.10.15	12963.44.44		
Altri generi	2074.18.25	2493.41.40	511.31.45	5079.31.50		
Totale programmazione	5873.35.07	6013.59.27	6155.42.00	18043.16.34		

^{*}I valori sono espressi in ore, minuti e secondi e rappresentano le "ore nette" di programmazione (trasmissioni al netto di: pubblicità, telepromozioni e televendite, spot promozionali di rete, spot campagne sociali, annunci, sigle, intervalli, segnali orari, interruzioni e sospensioni delle trasmissioni).

Fonte: Rai

⁹³ Con riferimento all'offerta televisiva, il comma 3 dell'articolo 4 prevede che la Rai trasmetta all'Autorità "per ciascun semestre, entro i successivi tre mesi, una dettagliata informativa dei programmi trasmessi da ciascuna rete generalista terrestre raggruppati secondo i generi indicati al comma 1, con l'indicazione della loro collocazione oraria, del volume di ore trasmesse, della percentuale rispetto alla programmazione complessiva". Parimenti, in base al comma 4 dell'articolo 5, per l'offerta radiofonica l'Autorità riceve dalla Rai, con cadenza semestrale, una "dettagliata informativa circa il numero delle ore trasmesse, con l'indicazione percentuale, rispetto al totale, per ciascuno dei generi di cui al comma 1".

⁹⁴ Con la seconda informativa la Rai ha trasmesso anche una aggregazione su base annuale dei dati semestrali riferiti alle reti televisive ed ai canali radiofonici.

Le tabelle n. 2.12 e 2.13 mostrano i dati sull'offerta televisiva forniti dalla Rai. I dati, aggregati su base annua⁹⁴, si riferiscono al tempo netto dei programmi emessi, espresso in valori assoluti (ore, minuti, secondi) e in percentuali, aggregati per genere e per rete di trasmissione (RaiUno, RaiDue, RaiTre), nonché i rispettivi totali sull'offerta complessiva.

Tabella 2.13. L'offerta delle reti televisive generaliste terrestri Rai (RaiUno, RaiDue, RaiTre) nel 2007.

Generi di servizio pubblico e altri generi. Contratto di servizio 2007-09 (articolo 4). Valori percentuali

Genere	Fascia oraria: 06:00 - 24:00							
	Rai	Uno	Rai	Due	Rai	i Tre	Tota	le reti
	Val. %*	Val. %**	Val. %*	Val. %**	Val. %*	Val. %**	Val. %*	Val. %**
Informazione	15,90	24,58	12,32	21,04	17,09	18,64	15,12	21,03
Approfondimento	5,86	9,06	8,22	14,05	15,03	16,40	9,78	13,61
Lavoro, comun. sociale,								
pubblica utilità	20,43	31,59	1,92	3,28	12,17	13,27	11,44	15,93
Promozione culturale,								
scuola, formazione	2,48	3,84	3,03	5,18	15,84	17,27	7,22	10,05
Turismo e qualità								
del territorio	2,65	4,10	2,20	3,75	0,79	0,86	1,86	2,60
Spettacolo	0.64	0.98	0,66	1,13	2,72	2,97	1,36	1,89
Sport	2,05	3,17	6,81	11,64	9,07	9,89	6,03	8,40
Minori	0,54	0,83	18,82	32,15	9,62	10,50	9,73	13,54
Promozione								
dell'audiovisivo	14,13	21,85	4,56	7,78	9,36	10,21	9,31	12,96
Totale servizio pubblico	64,68	100,00	58,54	100,00	91,69	100,00	71,85	100,00
Altri generi	35,32		41,46		8,31		28,15	
Totale programmazione	100,00		100,00		100,00		100,00	

^{*}Valori percentuali calcolati sul totale della programmazione.

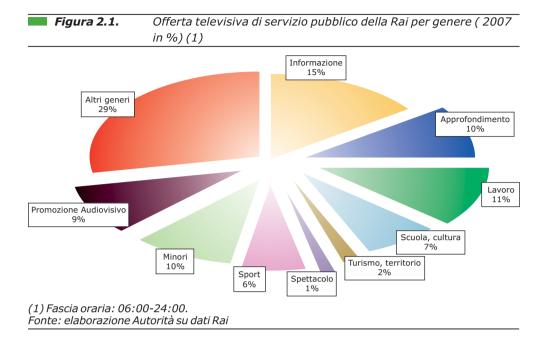
Fonte: Rai

I valori riportati nelle tabelle documentano innanzitutto il rispetto delle quote di programmazione di servizio previste all'articolo 4, comma 2 del contratto, relative al volume annuo di tale programmazione ed alla distribuzione percentuale dei programmi su ciascuna rete: l'offerta dei nove generi propriamente di "servizio pubblico" delle tre reti televisive terrestri ha rappresentato, nell'anno 2007, il 71,85% di tutta la programmazione diffusa tra le ore 06:00 e le ore 24:00. La disaggregazione per rete mostra che RaiTre ha destinato alla programmazione predeterminata per legge il 91,69% dell'offerta totale, RaiUno il 64,68% mentre Rai Due il 58,54%.

Come evidenzia la figura 2.1, l'Informazione 95 è il genere che ha impegnato il numero maggiore di ore (15,12% sul totale della programmazione e 21,03% sul totale della programmazione predeterminata per legge); seguono, nell'ordine, Lavoro, comunicazione sociale, pubblica utilità (11,44%; 15,93%), Approfondimento (9,78%; 13,61%), Minori (9,73%; 13,54%), Promozione dell'audiovisivo (9,31%; 12,96%), Promozione culturale, scuola e formazione (7,22%; 10,05%), Sport (6,03%; 8,40%) e, da ultimi, Turismo e qualità del territorio (1,86%; 2,60%) e Spettacolo (1,36%; 1,89%).

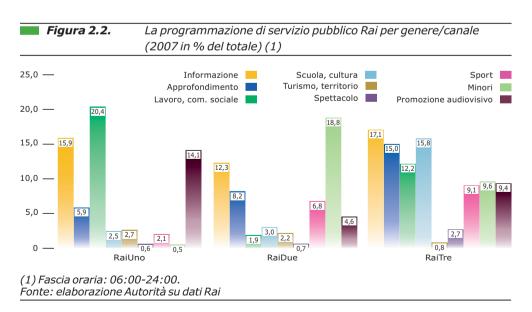
^{**} Valori percentuali calcolati sul totale della programmazione di servizio pubblico.

⁹⁵ Si tratta di programmi quali telegiornali, dirette parlamentari, cerimonie ufficiali (vedi l'elencazione completa dei titoli).



Dai dati si evince, tra l'altro, che i programmi riferiti ai generi Turismo e qualità del territorio e Spettacolo registrano quote percentuali significativamente più basse di quelle rilevate per tutti gli altri generi; emerge, altresì, che i programmi del genere Approfondimento, quelli per minori e i prodotti di fiction italiani ed europei (Promozione dell'audiovisivo) si attestano su valori tendenzialmente omogenei.

I dati disaggregati per rete, organizzati nella figura 2.2, visualizzano le peculiarità di ciascuna emittente. In proposito indicano che la programmazione di servizio pubblico di RaiUno - rete "ammiraglia" connotata dalla maggiore vocazione istituzionale -



risulta concentrata su tre generi, e cioè Lavoro, Informazione e Promozione dell'audiovisivo, che rappresentano oltre il 50% della programmazione complessiva della rete e più del 75% della programmazione di servizio; seguono, a distanza, i programmi di Approfondimento con valore pari al 5,86% della programmazione totale ed al 9,06% della programmazione di servizio.

La quota di programmazione dedicata da RaiDue al genere Minori (pari al 18,82% della programmazione totale e al 32,15% della programmazione di servizio) testimonia l'attenzione di tale rete per il pubblico più giovane; consistente anche il tempo dei programmi di informazione quotidiana (12,32%; 21,04%), di Approfondimento (8,22%; 14,05%), e dei programmi di Sport (6,81%; 11,64%). L'offerta di servizio più articolata e quantitativamente significativa, come previsto dal contratto – viene diffusa da RaiTre, che peraltro conferma la propria vocazione culturale/formativa: il genere Promozione culturale, scuola, formazione costituisce su RaiTre il 17,27% della programmazione di servizio, contro il 3,84% registrato per RaiUno ed il 5,18% di RaiDue. RaiTre riserva ampio spazio, al pari delle altre due reti, ai generi che per prassi invalsa giustificano e qualificano più degli altri il servizio pubblico, e cioè l'Informazione e l'Approfondimento, ma non trascura lo Sport (9,07% della programmazione totale) e trasmette la quasi totalità dei programmi dedicati dalle tre reti Rai alle forme artistiche dal vivo – quali, ad esempio, teatro, danza, lirica – che, in base al contratto di servizio, vengono ricondotti al genere Spettacolo (nel-l'ordine: RaiTre 2,72%; RaiDue 0,66%; RaiUno 0,64% della programmazione totale).

La tabella n. 2.14 riporta i dati sull'offerta radiofonica contenuti nelle informative della Rai. I valori - assoluti e percentuali - si riferiscono alle ore di trasmissione che i canali RadioUno, RadioDue e RadioTre hanno dedicato a ciascun genere di servizio pubblico quotidianamente (c.d. giorno medio) e nell'arco di tutto il 2007.

Tabella 2.14. L'offerta dei canali radiofonici Rai (Radio 1, Radio 2, Radio 3) nel 2007. Generi di servizio pubblico e altri generi. Contratto di servizio 2007-09 (articolo 5)

Genere	Radio 1				Radio 2			Radio 3			Totale reti	
	g.m.**	Ore anno	%***	g.m.	Ore anno	%	g.m.	Ore anno	%	Ore anno	%	
Informazione	4,43	1532	18,44	2,62	907	10,90	1,04	378	4,34	2817	11,12	
Approfondimento	7,64	2644	31,82	0,68	237	2,85	1,90	688	7,9	3569	14,09	
Cultura, Scuola,												
Formazione	0,77	268	3,23	1,41	490	5,89	7,95	2882	33,11	3640	14,37	
Lavoro, Società,												
Com. sociale	3,89	1348	16,23	2,94	1020	12,26	0,31	113	1,3	2481	9,79	
Musica,												
Intrattenimento	3,76	1302	15,67	10,3	3571	42,93	11,63	4218	48,45	9091	35,89	
Servizio*	1,37	474	5,71	0,28	98	1,18	0,21	. 76	0,87	648	2,56	
Pubblica utilità	1,55	535	6,44	0,86	299	3,59	0,42	151	1,73	985	3,89	
Totale servizio												
pubblico	23,41	8103	97,53	19,10	6622	79,60	23,45	8506	97,71	23231	91,71	
Altri generi	0,59	205	2,47	4,90	1697	20,40	0,55	199	2,29	2101	8,29	
Totale	24,00	8308	100,00	24,00	8319	100,00	24,00	8705	100,00	25332	100,00	

^{*} Sono escluse le audiodescrizioni in OM (articolo 8 contratto di servizio 2007-09).

Fonte: Rai

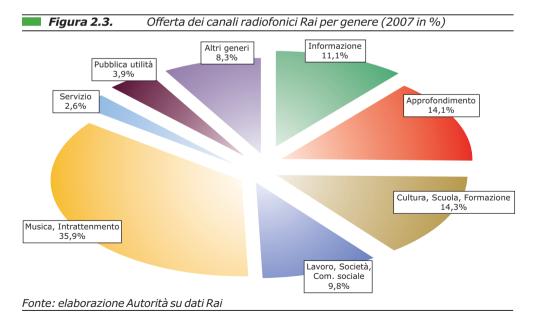
^{**} g.m. si intende giorno medio.

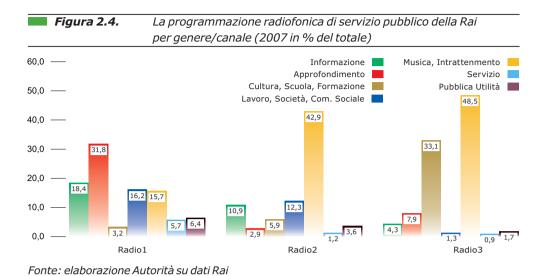
^{***} Valori calcolati sul totale della programmazione.

In conformità con quanto già rilevato per le reti televisive, la programmazione di servizio dei canali radiofonici della Rai nel 2007 risulta conforme ai parametri di cui al comma 4 dell'articolo 5 del contratto, sia con riferimento al volume complessivo dei programmi diffusi da tutti e tre i canali, sia con riferimento alle quote di ciascun canale. In particolare, RadioUno, RadioDue e RadioTre hanno destinato ai generi di servizio pubblico il 91,71% della programmazione complessiva, per un totale di 23.231 ore di trasmissione. I dati disaggregati per canale indicano che la programmazione di servizio pubblico diffusa da ciascun canale supera la quota prevista dal contratto. Nello specifico, RadioUno e RadioTre hanno trasmesso quasi esclusivamente programmi di servizio pubblico (97,71% RadioTre e 97,53% RadioUno), mentre RadioDue ha riservato a generi diversi da quelli di servizio (cosiddetti "Altri generi") il 20,40% della propria programmazione.

Per quanto attiene alla composizione dell'offerta complessiva (figura 2.3), i programmi del genere Musica ed intrattenimento hanno costituito il 35,89% della programmazione totale seguiti a distanza, nell'ordine, dai programmi di Cultura, Scuola e Formazione (14,30% del totale), Approfondimento (14,09%), Informazione (11,12%), Lavoro, Società, Comunicazione sociale (9,79%), Pubblica utilità (3,89%), Servizio (2,56%).

La rappresentazione grafica dei dati disaggregati per canale evidenzia la diversa composizione dei palinsesti (figura 2.4). Radio Uno ha privilegiato il genere Approfondimento (31,82% del totale), mentre più del 40% dell'offerta complessiva di Radio Due ed oltre il 45% di quella di Radio Tre è stata dedicata al genere Musica ed intrattenimento (rispettivamente, 42,93% e 48,45% del totale); quest'ultimo genere ha assunto un valore significativo anche nella programmazione di RadioUno (15,67%), a conferma della centralità dei programmi di intrattenimento, ed in particolare musicali, nell'offerta radiofonica. Dalla comparazione dei dati emerge, inoltre, che Radio Uno ha trasmesso la quota maggiore di programmi di *Servizio* (5,71%) e di Pubblica utilità (6,44%), mentre i programmi di carattere culturale/formativo hanno trovato collocazione soprattutto su RadioTre (Cultura, Scuola e Formazione pari al 33,11%).





Per dare corpo ai dati numerici sopra descritti, si riporta di seguito (tabella 2.15) l'elenco dei titoli dei programmi di servizio pubblico trasmessi dalle tre reti televisive Rai nel 2007. I titoli, riproposti come acquisiti attraverso le due informative semestrali, sono stati aggregati per rete e per genere e messi in ordine alfabetico.

Tabella 2.15. Programmi di servizio pubblico trasmessi dalle tre reti televisive Rai nel 2007

RAIUNO

Informazione

ANN.FOND.ARMA DEI CARABINIERI; ANN.FOND.POLIZIA DI STATO; ANN.FONDAZ.GUARDIA DI FINANZA; ANNIVERSARIO DELLA REPUBBLICA; CERIM.CONS.DECORAZIONI OR.MIL.; CONF.NAZ. DELLA FAMIGLIA; CONF.STAMPA PRES.CONSIGLIO; CONSEGNA ONOR.CAV.DEL LAVORO; EURONEWS; EUROPA; GIORNI D'EUROPA; INAUGURAZIONE ANNO GIUDIZIARIO; INCONTRO PRES.REPUBBLICA CON..; MESSAGGIO DEL PRESIDENTE; REL.PRES.AUTORITA' GARANTE...; SETTE GIORNI PARLAMENTO; SPECIALE PARLAMENTO; TG PARLAMENTO; TG1; TG1 (I.i.s.); TG1:0MAGGIO CAPO DELLO STATO..; TG1:ANNIVER. DELLA LIBERAZIONE; TG1:EUROPA I MIEI PRIMI 50...; TG1:VISITA PRES.REP.PARLAM.EUR; TG1-EDIZIONE STRAORDINARIA; TG1-ESEQUIE SOLENNE ISPETTORE.; TG1-FESTA DELLA MARINA

Approfondimento

A SUA IMMAGINE; A SUA IMMAGINE SPECIALE; ANGELUS; ANIMA GOOD NEWS; BENEDIZIONE URBI ET ORBI; BUONGIORNO ITALIA; CELEBRAZIONE S.FRANCESCO...; CONCISTORO NUOVI CARDINALI; DIO PACE O DOMINIO; E LA CHIAMANO ESTATE; LA MORTE DEL FIGLIO; PIETRELCINA COME BETLEMME; PORTA A PORTA; QUEL GIORNO A NAZARETH; RITO DELLA VIA CRUCIS; SABATO DOMENICA &...BUONGIORNO; SANTA MESSA; SANTA MESSA DI NATALE; SANTA MESSA DI PASQUA; SANTA MESSA PER LA PACE; SANTA MESSA...DELLE PALME; SPECIALE TG1; SUA SANTITA' INCONTRA...; SUA SANTITA' RECITA IL REGINA.; TELETHON-BUONGIORNO ITALIA; TG1:S. MESSA CELEBRATA DAL PAPA; TG1:OMAGGIO DI SUA SANTITA'...; TG1-L'ADDIO A L. PAVAROTTI; TUTTO BENESSERE; TV7

Lavoro, comunicazione sociale, pubblica utilità

10 MINUTI DI...; BOLLETTINO VIABILITA'; ELEZIONI AMMINISTRATIVE (I.i.s); IL DOLCE & L'AMARO; LA PARTITA DEL CUORE; METEO; METEO VERDE; NEL NOME DEL CUORE; OCCHIO ALLA SPESA; SABATO & DOMENICA; SABATO DOMENICA & ESTATE; SABATO DOMENICA &...LA TV...; SABATO DOMENICA...PRIMA DI...; TELETHON; TELETHON-IL DOLCE & L'AMARO; TELETHON-OCCHIO ALLA SPESA; TELETHON-SABATO & DOMENICA; TELETHON-UNO MATTINA; TG1-ECONOMIA; UNO MATTINA; UNO MATTINA ESTATE

Promozione culturale, scuola e formazione

BENEDETTO XVI IL PAPA...; CEFALONIA L'ALBA DELLA...; DREAMS ROADS; DUETTO PER VOCE SOLA; EASY DRIVER SPECIALE; FRATEL-LO SOLE MADRETERRA; OLTREMODA; OVERLAND 10; OVERLAND 9; PASSAG-GIO A NORD OVEST; PREMIO BAROCCO; PREMIO CAMPIELLO; PREMIO GLI OLIMPICI DEL TEATRO; PREMIO INTERN. ALLA L1BERTA'; PREMIO LETTERA-RIO STREGA; PREMIO SIRMIONE CATULLO; QUARK ATLANTE; SPECIALE MODA E BAMBINI; SPECIALE MODA E NEW YORK; SPECIALE MODA E ORIENTE; STELLA DEL SUD; STELLA DEL SUD GLI SPECIALI; SUPER QUARK; SUPER QUARK SPECIALE; SURVIVAL; TG1-STORIA; VENTESIMO SECOLO; VIAGGIO NELLA VALLE DEI RE; VISTI DA VICINO

Turismo e qualità del territorio

ASPETTANDO L1NEABLU; BOLOGNA MOTORSHOW; EASY DRIVER; EMOZIONI D'ALTA MODA; ITALIA CHE VAI; LA GIOSTRA DELLA QUINTANA; LINEA BLU; LINEA VERDE; LINEA VERDE ESTATE; LINEA VERDE ORIZZONTI; LINEA VERDE ORIZZONTI ESTATE; MODA & DESIGN; MODA & SPIAGGIA SPECIALE; OSCAR DEL VINO; SANREMO FESTA DELLA MUSICA; SPECIALE BOTTEGHE DI MODA; TE PIACE 'O PRESEPE?; UNA VOCE PER PADRE PIO; VENEZIA: REGATA STORICA

Spettacolo

57 FESTIVAL DI SANREMO; ACCADEMIA DELLA CANZONE S.REMO; APPLAU-SI; BRUCE SPRINGSTEEN IN CONCERTO; CARRERAS, DOMINGO, PAVAROTTI; CASTROCARO-CONCORSO VOCI NUOVE; CONC.BANDA GUARDIA DI FINAN-ZA; CONCERTO BANDA CARABINIERI; CONCERTO BANDA POLIZIA; CONCERTO DELL'EPIFANIA; CONCERTO DI CAPODANNO; CONCERTO DI NATALE; CONCERTO DI PASQUA; CONCERTO IN ONORE DEL S.PADRE; ENNIO MORRICONE NOTE DI PACE; IL QUINTO DELL'INFERNO; L'...ORO DEL GOLFO; LA NOTTE DELL'AGORA'; LE VIE DELL'AMICIZIA...; MUSIC 2007; SANREMO DALLA A ALLA Z; TUTTO DANTE

Sport

CALCIO AMICHEVOLE; CALCIO COPPA DEI CAMPIONI; CALCIO QUAL. CAMP. EUROPEO; CALCIO SUPERCOPPA; CALCIO SUPERCOPPA D'ITALIA; GRAN PRE-MIO DI FORMULA 1; POLE POSITION; SPORT: CAICIO; UEFA SUPERCUP; UN MERCOIEDI' DA CAMPIONI

Minori

CENERENTOLA II; FLUKE; GENITORI IN TRAPPOLA; GLI INCREDIBILI; GRIZZLY FALLS LA VALLE DEGLI..; HARRY POTTER E LA PIETRA...; IL MIO CANE SKIP; LILLI E IL VAGABONDO II; LA CARICA DEI 101; LA CARICA DEI 102; LA MARCIA DEI PINGUINI; LA STELLA DEI RE; LE DISAWENTURE DI PAPERINO; MATRIMONIO PER PAPA'; MULAN II; PETER PAN RITORNO ALL'ISOLA...; PIPPO NEL PALLONE; RACING STRIPES-STRISCIA UNA...; TOM & JERRY L'ANELLO INCANTATO; TUTTI A SCUOLA; ZECCHINO D'ORO; ZORRO

Promozione dell'audiovisivo

ALLA LUCE DEL SOLE; APPUNTAMENTO AL CINEMA; APRI RAI; ASSUNTA SPINA; BUTTA LA LUNA; CACCIA SEGRETA; CATERINA VA IN CITTA'; CHIARA E FRANCESCO; CINEMATOGRAFO; CINEMATOGRAFO SPECIALE; COMMESSE; COMMESSE 2; DESTINO DI UNA IMPERATRICE; DIVORZIO ALL'ITALIANA; DON MATTEO 5; DONNA DETECTIVE; ERA MIO FRATELLO; ERAVAMO SOLO MILLE; EXODUS: IL SOGNO DI ADA; FANNY E ALEXANDER; FEBBRE DA CAVALLO-LA...; FUGA CON MARLENE; GENTE DI MARE 2; GIOVANNI PAOLO; GIUSEPPE MOSCATI; GOLDEN GRAAL; GRAFFIO DI TIGRE; GUERRA E PACE; IERI OGGI DOMANI; IL BAMBINO SULL'ACQUA; IL COMMISSARIO MONTALBANO; IL COMMISSARIO REX; IL DESTINO DI UN PRINCIPE; IL DIARIO DI BRIDGET

JONES; IL FIGLIO DELLA LUNA; IL MAGNIFICO CORNUTO; IL MONACO DI MONZA; IL MONDO PERDUTO; IL MOSTRO; IL PIRATA MARCO PANTANI; IL SEGRETO DI ARIANNA; IL VETERINARIO; IN FUGA A VENEZIA; INCANTESI-MO; JULIA LA STRADA PER LA...; LA BARONESSA DI CARINI; LA CACCIA; LA CADUTA; LA PRINCIPESSA SISSI; LA SIGNORA SENZA CAMELIE; LA TASSI-STA; LA TERZA VERITA'; LA TIGRE E LA NEVE; LADIES IN LAVENDER; LADY COP; LE RAGAZZE DI SAN FREDIANO; LIBERI DI GIOCARE; L'INCHIESTA ANNO DOMINI...; L'ISPETIORE DERRICK; L'ULTIMO DEI CORLEONESI; MA CHI L'AVREBBE MAI DETTO; MATRIMONI E PREGIUDIZI; MATRIMONIO ALL'ITALIANA; MEDICINA GENERALE; MEGLIO TARDI CHE MAI; MIO FIGLIO; NON LASCIAMOCI PIU'; NON LASCIAMOCI PIU'2; NUDA PROPRIETA' VENDE-SI; OPERAZIONE PILOTA; ORGOGLIO; ORGOGLIO CAPITOLO SECONDO; ORGOGLIO CAPITOLO TERZO; PIEDONE A HONG KONG; PIEDONE D'EGITIO; PIEDONE L'AFRICANO; PIEDONE LO SBIRRO; POMPEI; POVERI MA BELLI; PREMIO MASSIMO TROISI; PREMIO REGIA TELEVISIVA; PRIXITALIA; PROFU-MO DI DONNA; PROVACI ANCORA PROF; PROVACI ANCORA PROF 2; QUALCO-SA DI BIONDO; RACCONTAMI; RACCONTAMI UNA STORIA; REGINA DEI FIORI; REX CUCCIOLO LE AWENTURE...; RICETTE D'AMORE; RICOMINCIO DA TRE; RINO GAETANO MA IL CIELO...; SALVO D'ACQUISTO; SAN PIETRO; SISSI LA GIOVANE IMPERATRICE; SOLITI IGNOTI; SOTTOCASA; TORNADO LA FURIA DEL CIELO; TOTO' PEPPINO E LA MALAFEMMINA; TOTO' STORY; TUTTI I' RUMORI DEL MONDO; UN CASO DI COSCIENZA 2; UN CICLONE IN CONVENTO; UN MEDICO IN FAMIGLIA; UN PRETE TRA NOI; UNA FAMIGLIA PER CASO; UNA STORIA QUALUNQUE; URAGANO

RAIDUE

Informazione

ANN. FOND. CORPO FORESTALE; GIORN.INTERN.PERSONE DISABILI; QUESTION TIME; REGIONI; RELAZ.GOVERNO.BANCA D'ITALIA; TG2; TG2-0RE 18.00; TG2-18.30; TG2-20.30; TG2-EDIZIONE STRAORDINARIA; TG2-FLASH; TG2-FLASH (I.i.s.); TG2-GIORNO; TG2-MATTINA; TG2-MATTINA (I.i.s.); TG2-NOTTE; TG2-PARTE 2; TG2-PUNTO.IT; TG2-SERA; TRIBUNA POL.-TAVOLA ROTONDA; TRIBUNA POLITICA; TSP-REGIONI

Approfondimento

ANNOZERO; BLOG-REAZIONI A CATENA; BUONE NOTIZIE; CONFRONTI; CULTO DELLA PENTECOSTE; CULTO DI NATALE; CULTO DI PASQUA; CULTO EVANGELICO; DALLA PARTE DELLA LUNA; EUROZONE; FOCUS; GIORNATA INT.STUDIO PIO MANZU'; I NOSTRI PROBLEMI; PROTESTANTESIMO; QUASI LE SETTE; QUELLI CHE NON SENTONO...; RAI NEWS 24 REPORTAGE; SORGENTE DI VITA; SPECIALE TG2; SULLA VIA DI DAMASCO; TG2-10 MINUTI; TG2-COSTUME E SOCIETA'; TG2-DOSSIER; TG2-DOSSIER STORIE; TG2-E...STATE CON COSTUME; TG2-MEDICINA 33; TG2-MEDICINA 33 ESTATE; TG2-MIZAR; TG2-MOTORI; TG2-MOTORI ESTATE; TG2-NON SOLO SOLDI; TG2-PUNTO DI VISTA; TG2-SALUTE

Lavoro, comunicazione sociale, pubblica utilità

DERBY DEL CUORE; ESTRAZIONI LOTTO; GRAN GALA' DELLA CROCE ROSSA; L'AVVOCATO PER Voi..; MEETING INT.UOMINI E RELIGIONI; METEO 2; RAI NEWS 24 ATLANTE; RAI NEWS 24 CONSUMI & CONSUMI; UN MONDO A COLORI

Promozione culturale, scuola e formazione

ABISSI; ACHAB LIBRI IN ONDA; ALASKA, ANCHORAGE E IN BARCA...; ALLA SCOPERTA DELLA TERRA...; AMORE E EROS; ANIMA MAGAZINE SPECIALE; BLU BELIZE; BORNEO, NELLA TERRA DEL..; CARAIBI SEGRETI; CARNIA LE ALPI VERDI...; CARO AMORE, CARO...; CINA, DALLA GRANDE MURAGLIA...; CINA, SULLE MONTAGNE DELLO...; CONSORZIO NETTUNO; DA OSLO ALLE PERLE DEL MAR...; DAL PACIFICO ALL'ATLANTICO...; DALLA BORGOGNA ALLE CAMPAGNE...; DENTRO IL MAR ROSSO; DUBAI ORO ED ECCESSI NEL...; ELVIS IL MITO; FARENAIT; FILIPPINE ULTIMA FRONTIERA; GARGANO GIOIELLI DELLA NATURA; GIU'AL NORD; GRAVINE DI PUGLIA; IL MARE DI NOTTE; IL MONDO DEI CORALLI; IL

PAESE DI ALICE; IL PARCO MARINO DI RAS...; IL SANNIO; IL TIBET DELLA NATURA...; IN FRANCIA TRA STORIA E...; INCONSCIO E MAGIA; INDONE-SIA, VIAGGIO A SUMATRA...; ISLANDA DESERTO DI LAVA E...; ISLANDA L'INCANTESIMO DEL...; K2 IL SOGNO, L'INCUBO; LA GIORDANIA DELLE OASI E...; LA RUTA MAYA; LE GROTTE DELL'ETNA; LIBRO APERTO; MAGAZINE 2; MAURITANIA TRA OCEANO E...; MERAVIGLIE DI UN MONDO...; NATI A MILANO; NELLA PROFONDITA' DI PSICHE; NELL'ALASKA DEI PARCHI FINO...; NON E' MAI TROPPO TARDI; PANAMA UN FILO DI TERRA TRA...; PATAGONIA UN VIAGGIO TRA...; PREMIO CIMITILE; PREMIO MARISA BELLISARIO; QATAR, I MERCATI DI DOHA...; RAI NEWS 24 INCONTRI; RAI NEWS 24 STORIE; ROMA SOTTERRANEA; SAGARMATHA; SARDEGNA L'ISOLA NEL VENTO; SEYCHELLES E BIRD ISLAND...; SIRIA, LUNGO LA VIA DELLA SETA; SULLE DUE SPONDE DELLA MANICA; SVIZZERA, GINEVRA, ZERMATT E...; TESORI IN FONDO AL MARE; TUNISIA IL DESERTO CHE VIVE; VOYAGER AI CONFINI DELLA...; VOYAGER NATURA; VOYAGER NOTTE; VOYAGER SPECIALE

Turismo e qualità del territorio

AZZURRO TRICOLORE; EAT PARADE; L'ITALIA CHE NON VEDI; PRIMA DEL PALIO; RAI NOTTE CULTURA; REGATA ANTICHE REPUBBLICHE...; SERE-NO VARIABILE; SERENO VARIABILE ESTATE; SIENA: PALIO DELLE CONTRADE; TG2-SI, VIAGGIARE; TGR-MONTAGNE; VERDE SEGRETO;

Spettacolo

BRAVI RAGAZZI; CARMEN; CAVALLERIA RUSTICANA; CD:L1VE; IL FESTIVAL DEL GARDA; MUSICULTURA; PALCOSCENICO (con); PALCOSCENICO (lirica); PALCOSCENICO (prosa); RAI NEWS 24 BACKSTAGE; SCALO 76; SCALO 76 IMBARCO; SPECIALE POP; TROILO E CRESSIDA; VENICE MUSIC AWARD; ZUCCHERO SUGAR FORNACIARI

Sport

ATLETICA LEGGERA; AUTOMOBILISMO; CALCIO AMICHEVOLE UNDER 21; CALCIO CAMP.EUROPEO UNDER 21; CALCIO COPPA ITALIA; CANOTTAGGIO; CICLISMO; DOMENICA SPRINT; EURO 2008-AUSTRIA SWITZERLAND; GINNASTICA ARTISTICA; IPPICA; LA DOMENICA SPORTIVA; LA DOMENICA SPORTIVA ESTATE; LA DOMENICA SPORTIVA SPECIALE; MARTEDI' CHAMPIONS; NUMERO 1; NUMERO 1 GP; NUMERO 1 SPECIALE; NUOTO; PALLACANESTRO FEMMINIIE; PALLANUOTO; PALLANUOTO FEMMINIIE; PALLAVOLO; PALLAVOLO FEMMINIIE; PATTINAGGIO SU GHIACCIO; PIT LANE; PUGILATO; RAI SPORT; RAI SPORT-DRIBBLING; RAI SPORT-LA QUARTA STELLA; RAI SPORT-MEIBOURNE 2007; RAI SPORT-POMERIGGIO SPORTIVO; RAI SPORT-SABATO SPRINT; RAI SPORT-SPECIALE SERIE B; RAI SPORT-UN ANNO DI CALCIO; SCHERMA; SCI; SCI CAMPIONATI DEL MONDO; SCI CAMPIONATI DEL MONDO FEM.; SCI COPPA DEL MONDO; SCI COPPA DEL MONDO FEMMINIIE; SOUTH AFRICA 2010 FIFA W.C.; TGSPORT; TGSPORT SPECIALE; TUFFI

Minori

4 AMICHE, NUOVI AMORI; A ME GLI OCCHI; A SCUOLA CON L'IMPERATORE; ACOUA IN BOCCA: ADDAMS FAMILY REUNION; AIR BUD 3 WORLD PUP: AIR BUD UNA ZAMPATA VINCENTE; AMERICAN DRAGON JAKE LONG; AMICI A QUATTRO ZAMPE; ART ATTACK; AUGURI MAMMA; BASIL, L'INVESTIGATOPO; BB3B; BENEDETTA; BENJAMIN; BLANCHE; BONGO E I TRE AWENTURIERI; BOOM & REDS; BUZZ L1GHTYEAR...SI PARTE!; CANTO DI NATALE DI TOPOLI-NO; CARPOOL A SPASSO COL...; CHI HA INCASTRATO ROGER RABBIT; CLIC & KAT; COCCO BILL; CODE LYOKO; COME TROVARE UN AMICO E...; COMPAGNI DI SCUOLA; CRIMINI CON STILE; CUCCIOLI; DRAGSTER GIRLS; DUE UOMINI E MEZZO; ELMO'S WORLD; ELOISE A NATALE; EPPUR SI MUOVE; ESTREMA-MENTE PIPPO; FANTASMI DETECTIVES; FIMBLES; FLIPPER & LOPAKA; FOL-LETTI SI NASCE; FREDDIE; GENIO INCOMPRESO...MA NON...; GEORGE; GEORGE RE DELLA GIUNGLA 2; GO FIGURE GRINTA SUI PATTINI; HALLOWE-ENTOWN HIGH LIBRI E...; HO TROVATO UN MILIONE DI...; HOLES-BUCHI NEL DESERTO; HOUNDED ATTENTI AL VOLPINO; HUGO STELLA DEL CINEMA; I BI-BI; I FANTASMI E LE STORIE TESE; I LUNNIS; I MIEI AMICI TIGRO E POOH; I MISTERI DI PROVIDENCE; IL BAMBINO VENUTO DAL MARE; IL GIARDINO SEGRETO; IL GRANDE JOE; IL LABORATORIO DI DEXTER; IL LEONE; IL MAGI-

CO MONDO DI ELLA...; IL PIANETA DEL TESORO; INCANTESIMO IN SOFFITTA; INSPECTOR GADGET; JAKE 2.0; JOHNNY TSUNAMI UN SURFISTA...; JUMP IN!; KALUOKA'HINA LA BARRIERA...; KIM POSSIBLE; L1LO & STITCH; L1TTLE EIN-STEINS; L33T!; LA BANDA DI MONICA; LA CASA DI TOPOLINO; LA CASA NELLA PRATERIA DI...; LA FAMIGLIA PASSIFLORA; LA FIGLIA UN PO' SPECIALE DI..; LA LEGGENDA DEL DRAGO; LA RAGAZZA DELLE BALENE; LA SFIDA DI JACE; LA STORIA DI JACK FROST; L'ALBERO AZZURRO; LAPITCH IL PICCOLO...; L'AP-PRENDISTA BABBO NATALE: LE AWENTURE DI JACKIE CHAN: LE INCREDIBILI AVV.DI ZORORI; LE NUOVE AVV.DI BRACCIO DI...; LE NUOVE AWENTURE DI SKIPPY; LE SUPERCHICCHE; L'INVINCIBILE DENDOH; L'ISOLA DEI SEGRETI; LO SCRIGNO DELLE SETTE PERLE; LOCH NESS; L'UOMO INVISIBILE; L'UOMO RAGNO; MAD ABOUT MAMBO; MAGIC ENGLISH; MARTIN IL MARZIANO; MAR-TIN MATIN; MARY POPPINS; MICKEY MOUSE WORKS; MIRACLE; MISS SPI-DER; MOBY DICK E IL SEGRETO DI MU; MONSTER ALLERGY; MONSTER WAR-RIORS; NANCYDREW; NICK E LA RENNA CHE NON...; OLIVER & COMPANY; ONE TREE HILL; PAT LA MAMMA VIRTUALE; PICCOLI SCIATORI CRESCONO; PINGU; PINKY, ELMYRA AND THE BRAIN; PIUMA IL PICCOLO ORSETTO...; PIXEL PER-FECT-STAR AD ALTA...; PORKY; PORORO; PORORO E LA MAGICA MISSIONE...; POWER RANGER S.P.D.; PRETTY CURE MAX HEART; PUCCA FUNNY LOVE; QUANDO EINSTEIN CI METTE LO...; QUELLI DELL'INTERVALLO; RAGAZZI C'E' VOYAGER!; RAT-MAN; ROSWELL; RUDOLPH LA RENNA DAL NASO...; RUGRATS IN PARIS THE MOVIE; RUSTY CANE CORAGGIOSO; SCUOLA DI VAMPIRI; SENTI CHI PARLA ADESSO; SISSI LA PRINCIPESSA; SPIDER-WOMAN; STRE-GHE; SYLVESTER & TWEETY MYSTERIES; TARZAN II; TEAM GALAXY; THE SAVE-UMS GLI IMBATTIBILI: TOM: TOM & JERRY: TOM & JERRY SHOW: TOM &JERRY TALES; TOPOLINO &CO.; TOPOLINO PAPERINO PIPPO I TRE.; TRE GEMELLE E UNA STREGA: TURBO: TUTTI I CANI DEL PRESIDENTE: TUTTI ODIANO CHRIS; TUTTO QUELLA NOTTE; TWITCHES GEMELLE STREGHELLE; UN CAVALLO UN PO' MATTO; UN CUCCIOLO DI'NOME CLIFFORD; UN TUFFO NEL PASSATO; UNA BIONDA SU DUE RUOTE; UNA SQUADRA DI CLASSE; UNA TEENAGER ALLA CASA BIANCA; VAMPIRI VEGETARIANI; WALT DISNEY; WAR-NERSHOW; WILLCOYOTE; WINXCLUB; WOOFY; ZENON Z3

Promozione dell'audiovisivo

007 MAI DIRE MAI; 7 VITE; AGENTE 007 DALLA RUSSIA CON...; AGENTE 007 LICENZA DI UCCIDERE; AGENTE 007 MISSIONE GOLDFINGER; AGENTE 007 SI VIVE SOLO DUE...; AGENTE 007 THUNDERBALL; AGENTE 007 UNA CASCATA 01...; ANDATA E RITORNO; ANGELI IN CERCA D'AMORE; ANTONIA 2-LACRIME IN PARADISO; ANTONIA TRA AMORE E POTERE; BLOW UP; BRAVO GRAZIE; CHOCOLAT; CINEMATINEE; CRIMINI; GIORNI DA LEONE 2; GLI OPINIONISTI; IL CAPITANO; IL CAPITANO 2; IL COMMISSARIO KRESS; INVINCIBILI ANGELI; LA FEBBRE; LA MIA VITA A STELLE E STRISCE; LA MORTE HA IL VESTITO ROSSO; LA NOTTE BREVE; LA STAGIONE DEI DELITTI 2; MA QUANDO ARRIVANO LE RAGAZZE?; NEBBIE E DELITTI; NEBBIE E DELITTI 2; OCCHI DI CRISTALLO; OVUNQUE SEI; PANE AMORE E FANTASIA; PARADISO RUBATO; PILOTI; PREMIO DAVID DI DONATELLO; PREMIO NASTRI D'ARGENTO; SOGNANDO BECKHAM; SQUADRA SPECIALE COBRA 11; SQUADRA SPECIALE L1PSIA; TAXXI2; TAXXI3; TI PIACE HITCHCOCK?; UN AMORE A VENEZIA; UN VIAGGIO CHIAMATO AMORE; WASABI; ZABRISKIE POINT

RAITRE

Informazione

CERIM. CONSEGNA ONORIFICENZE...; CERIM. CONSEGNA PREMI V. DE SICA; CONF. STAMPA PRES. CORTE COSTO; DISCORSO PRESIDENTE REPUBBLICA; MESSAGGI AUTOGESTITI AMMIN.; RADUNO NAZIONALE ALPINI; RAI NEWS 24; TG3; TG3-EDIZIONE STRAORDINARIA; TG3-FLASH (I.i.s.); TG3-SPEC. FESTA ESERCITO ITA.; TGR; TRIBUNA POLITICA AMMIN. 2007

Approfondimento

AGENDA DEL MONDO; AMORE CRIMINALE; BALLARO'; BLU NOTTE; C'ERA UNA VOLTA; CHE TEMPO CHE FA; CHE TEMPO CHE FA ALBUM; CHE TEMPO CHE FA BUONE VACANZE; CHE TEMPO CHE FA SERATA...; CIFRE IN CHIARO;

COCAINA; CRONISTI DI STRADA; CURA E MISURA; DALLA RETE; DECODER; DENTRO LA NOTIZIA; ECONOMIX; ECONOMIX SPECIALE; ELISIR; ENIGMA; ENIGMA SPECIALE; GRANDITALIA; I BAMBINI E NOI; I FIORI DAI SASSI; IL CAFFE' DI CORRADINO MINEO; IL CAFFE' DI RAI NEWS 24; IL CAFFE' ESTA-TE; IL FUTURO COMIZI INFANTILI; IL LATO GROTTESCO DELLA VITA; IN MEZZ'ORA; KAKA' SHIRIN STUDENTE...;; LA PENSABILITA' DEL MONDO; L'ANALISI; LE INTERVISTE DI TEMPI DISPARI; LE STORIE DIARIO ITALIANO; LE STORIE DIARIO ITALIANO SPECIALE; METTICI LA TESTA: MOSAICO ITA-LIANO; OMBRE SUL GIALLO; PERCORSI; PREMIO DEL VOLONTARIATO INTER.; PRIMO PIANO; PRIMO PIANO SPECIALE; RAI NEWS 24 CONTINEN-TE CINA; RAI NEWS 24 IL COLOSSO DI RODI; RAI NEWS 24 ITALIA NEL MONDO; RAI NEWS 24 L'INCHIESTA; RASSEGNA STAMPA ITALIANA; REPORT; REPORT SPECIALE; RT ROTOCALCO TELEVISIVO; RT ROTOCALCO TELEVISIVO SPEC.; SCACCO AL RE-LA CATTURA DI...; SCEGLIRAI; SCENA-RI D'EUROPA; SECONDA CHANCE; SEMPRE UNITI; SHOW-BIZ; STORIE MALEDETTE; STORIE MALEDETTE SPECIALE; SUPER ZAP; TELECAMERE; TELECAMERE SALUTE; TEMPI DISPARI; TG3-SALUTE INFORMA; TG3-SPE-CIALE; TG3-SPECIALE ELEZIONI AMMIN.; TGR-AMBIENTE ITALIA; TGR-AMBIENTE ITALIA SPECIALE; TGR-BUONGIORNO EUROPA; TGR-EUROPA; TGR-IL SETTIMANALE; TGR-LEONARDO; TGR-LEONARDO SPECIALE; TGR-L'ITALIA DE IL SETTIMANALE; TGR-NEAPOLIS; TGR-REGIONEUROPA; TGR-SP.ELEZIONI AMMINISTRATIVE; UN GIORNO IN PRETURA; UN GIORNO IN PRETURA SPECIALE; USA 24; W L'ITALIA; W L'ITALIA DIRETTA

Lavoro, comunicazione sociale, pubblica utilità

AGRI METEO; CHI L'HA VISTO?; CHI L'HA VISTO? STORIE...; COMINCIAMO BENE; COMINCIAMO BENE ESTATE; COMINCIAMO BENE SPECIALE; ELISIR SPECIALE; IL CHIOSCO; IL MEGLIO DI COMINCIAMO BENE; IO GIURO APPUNTI DI DONNE...; ITALIA ISTRUZIONI PER L'USO; MARATONARTE; METEO 3; MI MANDA RAITRE; OCCUPATI; PUNTO DONNA; RACCONTI DI VITA; RACCONTI DI VITA SERA; RAI NEWS 24 METEO; RAI NEWS 24 PIANETA ECONOM.SP.; RAI NEWS 24 PIANETA ECONOMIA; SHUKRAN; TG3-SPECIALE 1 MAGGIO; TGR METEO; TGR-ECONOMIA E LAVORO; TGR-ESTOVEST; TGR-I NOSTRI SOLDI; TGR-LEVANTE; TGR-MEDITERRANEO; UN MONDO A COLORI SPECIALE

Promozione culturale, scuola e formazione

A PROPOSITO DI PASSEPARTOUT; A QUATTRO MANI; ALLE FALDE DEL KILIMANG.; ART NEWS; CALLE MIGUEL CLARO 1359; CINEMA SENZA TEMPO; COME UNA RANA D'INVERNO; COMINCIAMO BENE ANIMALI E...; CORREVA L'ANNO; COSE DELL'ALTRO GEO; CULT BOOK; ENZO SICILIANO LO SCRITTORE...; EVOLUTI PER CASO; GAIA FILES; GAIA IL PIANETACHE...; GEO MAGAZINE; GEO&GEO; IL MIO NOVECENTO; IL MONDO ADDOSSO; IN UN ALTRO PAESE; IO LO CONOSCEVO BENE; KILIMANGIARO ALBUM; LA STO-RIA SIAMO NOI; LA STORIA SIAMO NOI ESTATE; LA STORIA SIAMO NOI SPE-CIAL: LA GRANDE STORIA: LA GRANDE STORIA MAGAZINE: LA LOTTA DEL-L'UOMO PER LA...; L'ETA' DEL FERRO; L'ULTIMA LETTERA DI DON MILANI; MAGAZZINI EINSTEIN; MILONGA STATION; MINI RITRATTI; MORAVIA 99+1; PASSEPARTOUT; PER UN PUGNO DI LIBRI; PERCHE' PAGARE PER ESSERE...; PIANETA FILES; PREMIO INTERNAZIONALE FLAIANO; PREMIO INTERNAZIO-NALE ISCHIA; PREMIO LETTERARIO RAPALLO; RITRATTI; SCRITTORI PER UN ANNO; STAFFETTE; TERZO PIANETA; TIMBUCTU; TURISTI PER CASO; ULIS-SE IL PIACERE DELLA...; VERBA VOLANT; VIETATO AI MINORI

Turismo e qualità del territorio

AGRI 3; AGRI DOSSIER; BARI:FIERA DEL LEVANTE; CASCHI D'ORO; GENOVA:SALONE NAUTICO; IL CARNEVALE DI VIAREGGIO; MONASTERO SENZA REGOLE; OFFICINA PEGASO; PALIO DI ASTI; TGR-BELLITALIA; TGR-ITALIA AGRICOLTURA

Spettacolo

1º MAGGIO FESTA...; AIDA; CHIEDISCENA; CHIEDISCENA SPECIALE; COMINCIAMO BENE PRIMA; COMINCIAMO BENE PRIMA SPECIALE; CONC.PER LA VITA E PER LA PACE; CONCERTO DI FERRAGOSTO; DE PRETORE VINCEN- ZO; DON GIOVANNI; GLI ESAMI NON FINISCONO MAI; IL TEATRO DI EDUAR-DO; LA MUSICA DI RAITRE; MEMORIE DI ADRIANO; OMAGGIO A TOSCANINI; RAFFAELLO BELLO FIGLIOLO...; UOMO E GALANTUOMO

Sport

90° GIRO D'ITALIAGIRO DIRETTA; 90A GIRO D'ITALIA: G.ALL'ARRIVO; ALPINISMO; ANT. 91° GIRO D'ITALIA; BEACH VOLLEY; CALCIO A5; CALCIO CAMP.ITALIANO SERIE C; CALCIO CAMP.MONDIALI UNDER 20; CANOA; CHAMPIONS LEAGUE; CICLISMO SU PISTA; EQUITAZIONE; GINNASTICA ARTISTICA FEMMINILE; GINNASTICA RITMICA; MOTOCROSS; MOTONAUTICA; MOUNTAIN BIKE; NOVANTESIMO MINUTO; NUOTO SINCRONIZZATO; PALLACANESTRO; PATTINAGGIO ARTISTICO; RAI SPORT-GIRO D'ITALIA SPEC.; RAI SPORT-IL PROCESSO ALLA...; RAI SPORT-SABATO SPORT; RAI SPORT-SI GIRA; RAI SPORT-TGIRO; RAI SPORT-UNDER21 CHAMPIONSHIP; SCI D'ERBA; SCI NAUTICO; SCI NORDICO; SFIDE; SPORT ABILIA; SPORT IN RETE; TENNIS; TENNIS COPPA DAVIS; TOUR DI SERA; UNIVERSIADI INVERNALI; VELA; VELA VELA

Minori

4 BASSOTTI PER 1 DANESE; AMICI AMICI; AS COISAS LA DE CASA; ATLANTIS L'IMPERO PERDUTO; ATLANTIS-IL RITORNO DI MILO; BEAR NELLA GRANDE CASA BLU; BECASSINE; BOB AGGIUSTATUTTO; CACCIATORI DI DRAGHI; CIAO PRINCIPESSA; CIBO PER TUTTI; CORTO MALTESE; CUOCARINA; DRAGO; E' DOMENICA PAPA'; E' DOMENICA PAPA' SPECIALE; E' PASQUA CHE SORPRESA; FIABE DA TERRE LONTANE; FIABE STRAMPALATE; FIABE UNGHE-RESI; FTPD FAIRY TALE POLICE DEP.; GENI PER CASO; GINO IL POLLO; GT RAGAZZI; GT RAGAZZI SPECIALE; GURUGU'; HIT SCIENCE; HOILY'S HERO-ES; I COSI; I GIORNI DELL'AWENTO; IL DIARIO DI EOLO; IL FANTABOSCO-VIDEOGIORNALE; IL MONDO DI HENRY; IL NIDO; IL PICCOLO MOZART; IL PIC-COLO RE; IL POSTINO PAT; Il PRINCIPE E IL POVERO; IL PRINCIPE E IL...; IL RE DEL BLUES; IL VECCHIO E IL MARE; IN FUGA A QUATTRO ZAMPE; INSETTO-SCOPIO; JANE E II DRAGO; JASPER II PINGUINO; JUNGLE BEAT; L1TTLE ROBOTS; LA LEGGENDA DI ZANNA BIANCA; LA MELEVISIONE; LA MIA FAMI-GLIA; LA PICCOLA RENNA; LA STELLA DI LAURA; LA STRADA GIUSTA; L'AU-GELLIN BELVERDE; LE AVVENTURE DI HOCUS & LOTUS; LE AWENTURE DI ALADINO; LE FIABE DELLA STREGA; LE PROVERBE; LE RICETTE DI ARTURO & KIWI; LE STORIE DI ANNA; LIBERI VERSO IL SOLE; LIBRI ANIMATI; L'ISOLA DEGLI SMEMORATI; LUPI, STREGHE E GIGANTI; LUPO ALBERTO; MAGLIA GIALLA; MICA; MILO; MINIATURES; MUMBLEBUMBLE; MY L1FE ON THE FARM; NATALE COL PINGUINO; NERINA LA MUCCA; NILS E LE OCHE SELVATICHE; NON E' MAI TROPPO PRESTO; ONDINO; OUTTHERE; PAPA' CASTORO; PASSA LA PALLA; PICCOLE STORIE; PICCOLI CICLISTI CRESCONO; PIMPA; PIP-SQUEAK'S PLANET; PITT & KATROP; POLAR EXPRESS; RACCONTI DAL MONDO; RICORDI DI UNA VALIGIA; SADDLE CLUB; SCOOTER AGENTE SEGRETO; SCREENSAVER; SONO UN ANIMALE; SOUPE OPERA; SPAZZATU-RA; STORIE DELLA BIBBIA; STORIE DELLA MIA INFANZIA; SUPERFANTAGE-NIO: SUPERJOB IL MIO MESTIERE: TARON E LA PENTOLA MAGICA: THE FAI-RYTALER; THE SECRET SHOW; TOMMY & OSCAR; TREBISONDA; TUPU; UN GHEPARDO PER AMICO; UNA RAGAZZA, UN MAGGIORDOMO...; ZANNA BIAN-CA UN PICCOLO...; ZOE KEZAKO

Promozione dell'audiovisivo

47 MORTO CHE PARLA; A 027 DA LAS VEGAS IN MUTANDE; ABBAS-SO LA MISERIA; ABBASSO LA RICCHEZZA!; ADDIO TERRAFERMA; ADORA-BILI E BUGIARDE; AGONIA; AI MARGINI DELLA METROPOLI; AL DIAVOLO LA CELEBRITA'; AMORE DI PERDIZIONE; ANNA (di Grifi-Sarchielli); ANNA (di Lattuada A.); APPUNTAMENTO A ISCHIA; APPUNTAMENTO IN RIVIERA; ATTI DEGLI APOSTOLI; ATTO DI PRIMAVERA; AUDACE COLPO DEI SOLITI IGNO-TI; AVANTI C'E' POSTO; BLAISE PASCAL; BREVI AMORI A PALMA DI MAJOR-CA; CAMILLA; CAMMINA CAMMINA; CANTAMI BUONGIORNO TRISTEZZA; CASANOVA FAREBBE COSI'; CASCO D'ORO; CHI SI FERMA E' PERDUTO; CI SPOSEREMO A CAPRI; COLPI DI SOLE; COMANDANTE; COMINCIAMO BENE

INDICE DI..; COMPAGNI DI SCUOLA; COMPAGNI DI STRADA; COPACABANA-PALACE; DEDEE D'ANVERS; DESTINAZIONE PIOVAROLO; DON GIOVANNINO; DON VESUVIO; DONNE SOLE; DUE ORFANELLI; DUE PERICOLI PUBBLICI; FANTASMI; FANTASMI A ROMA; FANTOZZI CONTRO TUTTI; FERMO CON LE MANI; FIFA E ARENA; FIGLIO DI 2 MADRI; FINCHE' DURA LA TEMPESTA; FRAN-COIS IL CONTRABBANDIERE; FRANTIC; FRATELLI DINAMITE; FUMERIA D'OP-PIO; FUORI ORARIO; GAMBE D'ORO; GELOSIA; GERVAISE; GIORNI PIU' BELLI: GLI ONOREVOLI: GOLDENEYE: GRISBI: HEIMAT: HEIMAT 2: KATE & EMMA INDAGINI PER DUE; KITCHEN STORIES - RACCONTI...; IDENTIFICA-ZIONE DI UNA DONNA; INTRIGO A TAORMINA; IVAN IL TERRIBILE; I DANNA-TI DI VARSAVIA; I DUE COLONNELLI; I POMPIERI DI VIGGIU'; IL DECALOGO UNO; IL MEDICO DEI PAZZI; IL MESTIERE DELLE ARMI; IL SEDUTTORE; IL GRANDE MAESTRO; IL LATITANTE; IL MIO NOME E' NESSUNO; IL MONACO DI MONZA; IL PROCESSO DI SANTA TERESA...; IL PROFESSOR TROMBONE; IL TUTTOFARE; IL VEDOVO ALLEGRO; IL VIAGGIO; LA BANDA DEGLI ONESTI; LA BELLA DI ROMA; LA CAMBIALE; LA COTTA; LA DONZELLETTA; LA FIGLIA DI RYAN; LA FORZA DELLE IMMAGINI; LA GATTA; LA GATTA GRAFFIA; LA GRAN VITA; LA LEGGE DEL PIU' FURBO; LA LEGGE E' LEGGE; LA MOGLIE DI MIO MARITO; LA NIPOTE SABELLA; LA NONNA SABELLA; LA NOTTE; LA PROVIN-CIALE; LA RAGAZZA DI VIA VENETO; LA RISAIA; LA SCOMMESSA; LA SCOPER-TA DELLA VITA; LA SESTA PARTE DEL MONDO; LA SPOSA TURCA; LA SQUA-DRA: LA TROVATELLA DI POMPEI: LA VIA DEL SUCCESSO CON LE...: LA VITA CHE VORREI; L'ADRI; L'AMICO DEL CUORE; L'AMICO IMMAGINARIO; LANDRU; L'ANGELO DEL FOCOLARE; LE BACCANTI; LEGEND; L'EVIDENZIATORE; L'IM-PERATORE DI CAPRI; LO SMEMORATO DI COLLEGNO; LO SPIONE; L'ODORE DELLA NOTTE; L'UDIENZA E' APERTA; L'ULTIMA CARROZZELLA; L'ULTIMO IMPERATORE; L'UOMO CON LA MACCHINA DA...; L'UOMO DEL TRENO; MACK SENNET LA PASSIONE COMICA; MADAME BOVARY; MARE DENTRO; MARISA LA CIVETTA; MARITI IN PERICOLO; MICHURIN; MISERIA E NOBILTA'; MONDO-VINO; MORTI NON PAGANO LE TASSE; NASO DI CUOIO; NEL REGNO DI NAPO-LI; NOI GANGSTER; NON C'E' AMORE PIU' GRANDE; NON MI MUOVO; NON TI PAGO; OPERAZIONE SAN GENNARO; ORE 9:LEZIONE DI CHIMICA; PAGINE DEL LIBRO DI SATANA; PAROLA DI LADRO; PECCATI D'ESTATE; PER QUALCHE DOLLARO IN PIU'; PER UN PUGNO DI DOLLARI; PICCOLA POSTA; PICCOLI AFFARI SPORCHI; POLICARPO UFFICIALE DI...; PREMIERE; PREMIO NOBEL; PRIXITALIA SPECIALE: OUATTRO BERSAGLIERI: OUESTI FANTASMI: RAC-CONTI ROMANI; RACCONTO D'INVERNO; RADIOVISIONE LA PREISTORIA; TV TALK; RISATE DI GIOIA; RITA, LA FIGLIA AMERICANA; ROMEO E GIULIETTA; SALVATORE GIULIANO: SARABANDA: SCUSI, MA LEI PAGA LE TASSE?: SETTE PICCOLE CROCI; SIAMO UOMINI O CAPORALI?; SIGNORI SI NASCE; SOLITI IGNOTI; SOTTO IL SOLE DI ROMA; SQUADRA SPECIALE VIENNA; STALKER; SUA ECCELLENZA SI FERMO' A...; TECNICA DI UN CRIMINE; TI CONOSCO, MASCHERINA; TOTO' A NAPOLI; TOTO' A PARIGI; TOTO' CERCA CASA; TOTO' CERCA MOGLIE; TOTO' CERCA PACE; TOTO' CONTRO IL PIRATA NERO; TOTO' DIABOLICUS; TOTO'E CLEOPATRA; TOTO'E I RE DI ROMA; TOTO'E LE DONNE; TOTO' EVA E IL PENNELLO...; TOTO' FABRIZI E I GIOVANI...; TOTO' LE MOKO; TOTO' NELLA FOSSA DEI LEONI...; TOTO' NELLA LUNA; TOTO' PEPPINO E I FUORILEGGE; TOTO' PEPPINO E LA MALAFEMMINA; TOTO' PEPPINO E LE FANATICHE; TOTO'SCEICCO; TOTO'STORY; TOTO'YE'YE'; TOTO'VITTORIO E LA DOTTORESSA; TOTO'CIAK; TOTO'CONTROIQUATTRO; TOTOTARZAN; TRE PICCOLI OMICIDI; TRE STORIE PROIBITE; UN AMERICANO A ROMA; UN CASO PER DUE; UN GENIO DUE COMPARI UN POLLO; UN POSTO AL SOLE; UN POSTO AL SOLE D'ESTATE; UN SILENZIO PARTICOLARE; UN SORRISO, UNO SCHIAF-FO, UN...; UN TURCO NAPOLETANO; UNA COSA IN MENTE; UNA LACRIMA SUL VISO; UN'ESTATE PRODIGIOSA; UN'ISOLA; VEDI NAPOLI E POI MUORI; VENTO DI TERRA; VOLEVO SOLO DORMIRLE ADDOSSO; YVONNE LA NUIT.

I dati relativi alla programmazione televisiva e radiofonica, così enucleati, consentono la verifica della programmazione di servizio pubblico che ricade nell'aggregato A dello schema di contabilità separata (approvato con delibera n. 186/05/CONS e successive modificazioni) e di quella che ricade nell'aggregato B di tipo commerciale.

Minori

All'offerta specifica per minori è dedicato l'articolo 7 del contratto di servizio che, nel ribadire il rigoroso rispetto delle norme a tutela dei minori, impegna tra l'altro la concessionaria ad adottare sistemi di segnalazione dei programmi di chiara evidenza visiva in relazione alla maggiore o minore adeguatezza della visione degli stessi da parte del pubblico dei minori. L'introduzione dell'obbligo di adottare un sistema di segnalazione a tutela dei minori risponde all'esigenza di adulti, famiglie e minori di essere aiutati a scegliere consapevolmente e criticamente i programmi proposti. A riguardo la Rai ha presentato all'Autorità, nei tempi previsti dal contratto di servizio, il sistema di riconoscibilità visiva che ha lo scopo di evidenziare quali film, fiction e programmi di intrattenimento siano adatti alla visione congiunta del minore con l'adulto e quali, invece, adatti al solo pubblico adulto.

Il sistema è caratterizzato dal logo "farfalla" che, in linea con quanto previsto dal Comitato per l'applicazione del "Codice di autoregolamentazione TV e minori", assume i colori "giallo" adatto alla visione congiunta minore e adulto e "rosso" adatto al solo pubblico adulto.

Il sistema prevede nel primo caso che la segnalazione lampeggi per 60 secondi all'inizio del programma e dopo ogni eventuale interruzione, e nel secondo caso che la segnalazione, "farfalla" rossa, lampeggi per 30 secondi all'inizio del programma, permanga per tutta la durata, lampeggi prima e dopo ogni interruzione.

Il Consiglio dell'Autorità, nella seduta del 13 novembre 2007, nel prendere atto del sistema di riconoscibilità che introduce le misure minime che devono essere obbligatoriamente assunte ai fini del rispetto delle norme a tutela dei minori, ha ritenuto di raccomandare alla Rai di implementare progressivamente le seguenti misure:

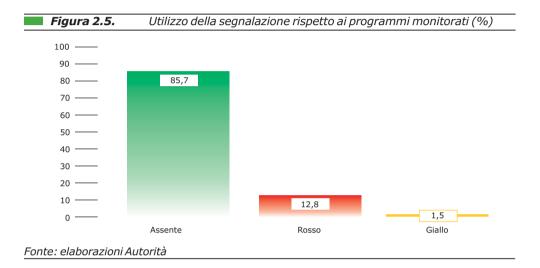
- a) dare ampia ed esauriente informazione al pubblico circa i criteri di classificazione dei contenuti che la Rai intende adottare, sia mediante appositi spazi informativi, sia mediante altri mezzi di comunicazione, quali riviste, televideo, guide elettroniche;
- b) mantenere in video il logo giallo relativo ai programmi adatti ad una visione congiunta del minore con un adulto per tutta la durata del programma.

L'Autorità ha chiesto alla Rai, in proposito, di far conoscere se siano state recepite, e con quale tempistica, le raccomandazioni del Consiglio.

Dai controlli esperiti al fine di verificare l'adozione da parte della Rai del sistema di riconoscibilità visiva, è stata rilevata la presenza delle segnalazioni "giallo" e "rosso" e i tempi di lampeggiamento all'inizio del programma e dopo le interruzioni pubblicitarie. Il monitoraggio ha riguardato i films cinematografici e i film tv, i telefilm, le fiction e le soap e i programmi di intrattenimento.

Complessivamente sono stati rilevati 344 programmi di film e fiction di cui solo 5 sono adatti alla visione congiunta, 44 adatti al solo pubblico adulto e 295 privi di specifiche controindicazioni. La figura 2.5 mostra la percentuale di utilizzo di ciascuna

segnalazione rispetto ai programmi monitorati. Il sistema di riconoscibilità visiva è stato correttamente applicato nel periodo preso in considerazione per quanto riguarda i tempi di lampeggiamento e la permanenza in video dei logo "giallo" e "rosso". La dicitura "assente" è riferita ai programmi privi di segnalazioni. Si precisa, al riguardo, che il contratto di servizio prevede (articolo 7, comma 6) che siano segnalati con sistemi di riconoscibilità visiva solo i programmi adatti ad una visione congiunta e quelli adatti al solo pubblico adulto.



Persone disabili

L'articolo 8 del contratto di servizio presta particolare attenzione alla promozione culturale e all'integrazione delle persone disabili, ribadendo il loro diritto all'informazione e all'accesso all'offerta multimediale e televisiva della concessionaria pubblica. Come previsto dal contratto di servizio, la Rai mette a disposizione delle persone non vedenti programmazioni audiodescritte e trasmissioni in modalità *telesoftware*. Le prime, descrivendo in voce le scene prive di dialogo, consentono alle persone non vedenti di seguire sui canali in onde medie della radiofonia la trama di un programma. Le seconde permettono di accedere alla programmazione mediante un'apposita scheda di ricezione teletext istallata sul personal computer. Le persone non vedenti, infatti, utilizzano il computer mediante ausili, quali la barra di lettura *Braille* o il sintetizzatore vocale che, attraverso specifici *software* di lettura dello schermo, consentono la traduzione del testo scritto in alfabeto *Braille* o in voce.

In particolare, la Rai ha comunicato che: nel 2007 sono state audiodescritte 300 ore di programmi, fruibili successivamente in formato *streaming*⁹⁶ sul sito del Segretariato sociale; il servizio "t*elesoftware*" del televideo analogico (RaiUno e RaiDue), il cui palinsesto è creato principalmente per persone con disabilità visive, ha trasmesso

⁹⁶ Per streaming si intende un flusso di dati continuo. La tecnologia dello streaming consente ai non udenti connessi ad Internet l'ascolto di un flusso audio in tempo reale.

6570 ore di opere multimediali, 2190 ore di libri elettronici, 8064 ore di comunicati dell'Unione italiana ciechi e ipovedenti (UIC); il palinsesto del servizio "telesoftware" del televideo ha trasmesso sul web, accessibile anche in modalità solo testo, circa 8700 ore tra opere multimediali, libri elettronici e comunicati dell'UIC.

L'accesso all'offerta multimediale e televisiva delle persone sorde è garantito dalla traduzione nella Lingua italiana dei segni (LIS) del linguaggio parlato e da programmazioni sottotitolate con speciali pagine del Televideo. Per quanto attiene alla prima modalità di fruizione, il contratto di servizio obbliga la concessionaria a trasmettere, entro sei mesi dall'entrata in vigore dello stesso, almeno una edizione al giorno di Tg1, Tg2, Tg3 in LIS. Su tale specifico tema l'Autorità ha avviato una verifica sulla base dei dati di monitoraggio, e successivamente ha aperto un'istruttoria ai sensi dell'articolo 48, comma 2 del decreto legislativo n. 177/05 in quanto è risultato che il sabato e la domenica viene irradiata una sola edizione di telegiornale in LIS ed unicamente su RaiDue.

Nel 2007, inoltre, sono state trasmesse complessivamente circa 43 ore di programmi tradotti in LIS, come evidenziato nella tabella 2.16, i cui dati, comunicati dalla Rai, sono ricavati da archivio Auditel non consolidato.

Tabella 2.16. Tempo di trasmissione di programmi tradotti in LIS per emittente

	Rai 1 tempo (h.m.s)	Rai 2 tempo (h.m.s)	Rai 3 tempo (h.m.s)	Totale tempo (h.m.s)
Informazione	14.47.31	18.12.04	1.42.25	34.42.00
Lavoro comunicazione sociale				
pubblica utilità	2.37.08	2.37.46	2.51.34	8.06.28
Totale	17.24.39	20.49.50	4.33.59	42.48.28

Fonte: elaborazioni Autorità

Con riferimento all'offerta rivolta a persone con disabilità, il dettato del contratto pone alcuni rilevanti problemi interpretativi che si riflettono sull'attività di vigilanza dell'Autorità. Si cita, ad esempio, l'articolo 8 – che peraltro contiene una errata numerazione dei commi, a sua volta foriera di ulteriori disagi interpretativi – il quale prevede che il volume delle offerte specifiche sia incrementato fino al raggiungimento di una quota pari ad almeno il 60% della programmazione complessiva, in tutti i generi.

Nell'articolo 4, invece, si prevede solo l'obbligo di raddoppiare i sottotitoli per non udenti. Di nuovo nell'articolo 8 si stabilisce che la Rai ampli progressivamente – senza indicare quote minime da raggiungere – il servizio di sottotitolazione di notiziari, programmi di attualità, approfondimento politico, sport e intrattenimento. Risulta pertanto difficile, per l'Autorità, individuare quali siano le offerte specifiche per disabili che devono raggiungere il 60% della programmazione, atteso che il servizio Televideo presenta riferimenti di incremento propri, incompatibili con l'obiettivo quantitativo appena citato. Tuttavia, al fine di acquisire ogni dato necessario a future attività di verifica, l'Autorità ha chiesto alla concessionaria pubblica informazioni sul numero di ore e sul tipo di programmi sottotitolati nel 2006, ed i dati relativi ai programmi sottotitolati nel 2007.

A tal proposito, la Rai ha comunicato che nel 2006 sono state sottotitolate circa 6.000 ore di programmazione, composte da 5.400 ore di programmi preregistrati

(film, fiction, cartoni animati ecc.) e 600 ore di programmi di informazione in diretta, costituiti prevalentemente da telegiornali sulle tre reti; ha inoltre fornito i dati relativi ai programmi sottotitolati nel 2007, precisando che questi provengono da archivio non consolidato in fase di riorganizzazione. La tabella 2.17 mostra il tempo di trasmissione dei diversi tipi di programmi sottotitolati nel primo e nel secondo semestre del 2007, nonché nell'intero anno.

Le trasmissioni sottotitolate in diretta, che oltre ai telegiornali comprendono eventi quali la trasmissione dell'Angelus, avvenimenti sociali come i funerali degli operai morti nella fabbrica *Thyssenkrupp* e le dichiarazioni di voto sul decreto-legge in materia economica e finanziaria, risultano aumentate nel corso del 2007. Il tempo complessivo di trasmissione dei programmi sottotitolati è aumentato dal primo al secondo semestre del 2007. La tabella mostra, altresì, il numero dei programmi sottotitolati trasmessi nel primo e nel secondo semestre, nonché nell'intero 2007. Anche in questo caso si nota l'incremento del numero di programmi sottotitolati nel secondo semestre dell'anno.

Tabella 2.17. Durata e numero di programmi sottotitolati per tipo

	1°semestre 2007 2°semestre 2007		tre 2007	Anno 2007			
Tipo di programma	Durata* (min)	n.	Durata* (min)	n.	Totale durata* (min)	Totale durata* (ore)	Totale n.
Attualità	1.250	21	2.285	43	3.535	59	64
Cartone animato	14.110	797	17.955	965	32.065	534	1.762
Documentario	11.739	204	26.337	428	38.076	635	632
Didattico	1.243	108	1.774	101	3.017	50	209
Diretta	399	26	1.837	62	2.236	37	88
Film	24.688	241	35.887	350	60.575	1.010	591
Inchieste	3.718	52	4.611	130	8.329	139	182
Miniserie	7.373	156	10.699	195	18.072	301	351
Musicale	0	0	55	1	55	2	1
Notiziario	17.510	539	18.099	571	35.609	593	1.110
Programma							
per ragazzi	4.447	135	4.274	130	8.721	145	265
Quiz	0	0	1.460	21	1.460	24	21
Religioso	815	39	1.184	48	1.999	33	87
Rubrica	50	107	1.791	53	1.841	31	160
Speciale	1.826	1	320	4	2.146	36	5
Sportivo	55	0	60	1	115	2	1
Spettacolo	118	2	234	4	352	6	6
Serial	13.013	216	12.029	179	25.042	417	395
Sitcom	1.690	81	3.401	160	5.091	85	241
Telefilm	34.966	653	59.319	1.145	94.285	1.571	1.798
Talk show	0	0	1.028	9	1.028	17	9
Varietà	0	0	240	2	240	4	2
Totale	139.010	3.378	204.879	4.602	343.889	5.731	7.980

^{*} valori indicativi.

Fonte: Rai

Qualità dell'offerta

Le indicazioni in tema di qualità dell'offerta formulate dall'Autorità nelle linee-guida sul contenuto degli ulteriori obblighi della concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo sono state in parte recepite nell'articolo 3 del vigente contratto. Per quanto attiene alla valutazione della qualità, il citato articolo 3 ha previsto la messa a punto di un sistema di misurazione dell'offerta complesso e articolato, costituito da due distinti programmi di monitoraggio volti ad analizzare, da un lato, la qualità della programmazione intesa come valore pubblico, dall'altro, la *corporate reputation*, cioè l'immagine istituzionale ed il valore sociale attribuiti alla concessionaria del servizio pubblico.

Il contratto ha affidato ad un Comitato scientifico "il compito di presiedere all'organizzazione della ricerca, definire le metodologie, controllare i risultati e valutare il raggiungimento degli obiettivi"⁹⁷. Secondo la tempistica prevista dal contratto, il Comitato - entro novanta (90) giorni dalla sua costituzione - individua le metodologie e stabilisce i criteri in base ai quali misurare il valore pubblico dei programmi e la corporate reputation della Rai; la concessionaria pubblica - entro sei mesi dalla costituzione del Comitato – sviluppa il sistema di misurazione degli obiettivi di programmazione e della qualità dell'offerta⁹⁸. Nominato con decreto del Ministro delle Comunicazioni il 12 luglio 2007, il Comitato scientifico, nel quale siede anche un rappresentante dell'Autorità, nella persona di Gabriele Lavia, ha concluso la stesura del documento "Linee guida del progetto di monitoraggio del valore pubblico dei programmi della Rai e di valutazione della corporate reputation della Concessionaria del Servizio Pubblico Radiotelevisivo" nel dicembre dello stesso anno. Le Linee guida sono state trasmesse all'Autorità, dal Ministro delle comunicazioni, nel febbraio dell'anno in corso. Si illustrano in estrema sintesi, i tratti salienti del programma di monitoraggio di cui alle citate Linee guida.

Come evidenziato nell'incipit del documento trasmesso all'Autorità, il Sistema di misurazione si inserisce nel più generale progetto di rinnovamento che la Rai ha avviato per riqualificare e rafforzare il ruolo e l'identità del servizio pubblico. Nell'ambito di tale progetto – che si propone di sviluppare un modello radiotelevisivo nuovo, capace sia di interpretare e governare i complessi cambiamenti in atto nel sistema multimediale del Paese, sia di rispondere alle attese dei diversi pubblici che compongono la cosiddetta audience radiofonica e televisiva - il Sistema di misurazione vuole essere lo strumento attraverso il quale dare peso reale al giudizio espresso dagli utenti sulla qualità dei programmi trasmessi e sulla reputazione della concessionaria pubblica nel suo complesso.

Pur inserendosi nella lunga e importante tradizione di indagini sull'offerta radiotelevisiva⁹⁹ che l'azienda pubblica ha inaugurato negli anni '60 del secolo scorso, il

⁹⁷ Il Comitato scientifico è composto da sei membri, di cui tre designati dalla Rai, uno dal Consiglio nazionale degli utenti, uno dall'Autorità ed uno, con funzione di Presidente, dal Ministero delle comunicazioni.

⁹⁸ V. articoli 2 e 3 del contratto di servizio.

⁹⁹ Negli anni '60 il Servizio Opinioni della Rai ha iniziato a rilevare il gradimento per singole trasmissioni televisive attraverso "gruppi di ascolto" appositamente costituiti. Negli anni '80 l'indice di gradimento è stato sostituito dalla "VQPT", cioè la Verifica Qualitativa Programmi Trasmessi. Nel 1996 ha avuto inizio una sperimentazione finalizzata alla costruzione di uno strumento atto alla misurazione della qualità, definito I-KIT, che si è interrotta nel 2000. Dal 2000 la Rai ha avviato una nuova ricerca, l'IQS - cioè Indice di Qualità e Soddisfazione – ottenuto tramite interviste telefoniche quotidiane condotte con la tecnica CATI. Dal 2003 al 2006 l'IQS è stato ulteriormente strutturato. Nel 1995 la Rai ha istituito la Consulta Qualità, a lungo presieduta da Jader Jacobelli.

Sistema di misurazione previsto dal vigente contratto di servizio vuole segnare una netta discontinuità con il passato, innanzitutto per due ragioni. La prima ragione consiste nel fatto che il nuovo programma di monitoraggio risulta – come già evidenziato - assai più articolato e complesso dei precedenti; nello specifico, introduce una misurazione della qualità dell'offerta basata su un insieme di indicatori, puntualmente descritti nello stesso contratto di servizio. In base alle previsioni contrattuali, infatti, i dati raccolti attraverso il monitoraggio dovranno essere sintetizzati in tre macro indicatori: quello di *performance* di mercato (riferito alla percezione degli utenti in merito ai singoli elementi dell'offerta); quello di valore pubblico (riferito alla qualità oggettiva dei programmi trasmessi); quello di *corporate reputation* (riferito all'immagine della concessionaria pubblica). Il secondo fattore di discontinuità con il passato è che si prevede di rendere pubblici gli esiti delle rilevazioni, con ciò superando la prassi, invalsa tra la dirigenza Rai, di tenere riservati i risultati delle indagini effettuate.

La struttura del sistema di monitoraggio messo a punto dal citato Comitato scientifico viene definita "a mosaico" in quanto prevede la conduzione di più rilevazioni, diverse per ambito metodologico, strumentazione tecnica e cadenza. Nello specifico, le rilevazioni previste mirano ad ottenere:

- 1. un indice quotidiano del valore pubblico dei programmi non seriali trasmessi sui canali generalisti il giorno precedente, avviando il monitoraggio a partire dalle fasce orarie così dette *access* e *prime time*;
- 2. un indice periodico riguardante la programmazione Rai nelle altre fasce orarie;
 - 3. un indice periodico riguardante l'offerta Rai su Internet e le sue modalità;
 - 4. un report qualitativo trimestrale sulla programmazione per minori;
- 5. un *report* annuale di valutazione della *corporate reputation*, con aggiornamento semestrale.

Il Comitato scientifico ha avanzato l'ipotesi di estendere anche agli altri soggetti televisivi nazionali il sistema di monitoraggio messo a punto per la Rai. Secondo quanto proposto nelle Linee guida, il coinvolgimento degli operatori televisivi dovrebbe avvenire sotto l'egida dell'Autorità, a conclusione della necessaria fase di verifica sperimentale del modello predisposto.

Attività su segnalazione degli utenti

L'Autorità ha svolto un'ulteriore attività di vigilanza a tutto campo, a prescindere dalla determinatezza degli obblighi, ogni volta che è stata interessata attraverso la presentazione di esposti dagli utenti del servizio pubblico televisivo o da soggetti sui quali i comportamenti attivi o omissivi della società Rai hanno comunque inciso. In questo contesto si è potuta condurre prevalentemente un'attività di intermediazione tra le legittime esigenze degli utenti e la concessionaria, tramite sollecitazioni, richieste di chiarimenti, inviti ad illustrare e a motivare la prassi seguita dalla Rai.

Gli esposti e le segnalazioni indirizzate direttamente o per conoscenza all'Autorità hanno riguardato soprattutto due argomenti, e cioè il canone di abbonamento alla radiodiffusione (n. 18) e la ricezione del segnale televisivo (n. 14). Molte delle segna-

lazioni e degli esposti pervenuti riguardano la reiterata richiesta da parte dell'Ufficio Registro Abbonamenti Radio e TV (URAR) del pagamento del canone di abbonamento - a fronte di variazioni anagrafiche, quali, ad esempio, il cambio di residenza o comunicazioni di disdetta a seguito di decesso - spesso percepita come vessatoria dagli utenti. L'unica disposizione a garanzia dell'utenza è contenuta nell'articolo 35 del contratto di servizio, e prevede che la concessionaria pubblica rispetti quanto stabilito dal decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196 (Codice in materia di protezione dei dati personali). In questo senso l'Autorità è molto attenta alle decisioni assunte dal Garante per la protezione dei dati personali.

Le segnalazioni relative alla ricezione del segnale televisivo, per le quali è stato richiesto l'interessamento dell'Autorità, riguardano problemi inquadrabili negli articoli del contratto di servizio di seguito indicati.

L'articolo 15 "Qualità tecnica del servizio" fissa un grado di qualità del servizio non inferiore a 3 riferito ai livelli della scala UIT-R (Unione Internazionale delle Telecomunicazioni Radiocomunicazioni). Tale articolo, determina, inoltre, obblighi di rendicontazione sul monitoraggio della qualità tecnica e sulla copertura solo nei confronti del Ministero delle comunicazioni. Una specifica disposizione a garanzia degli utenti è quella che obbliga la Rai ad assicurare un costante e diligente rapporto con l'utenza, ad esempio raccogliendo segnalazioni e suggerimenti finalizzati ad individuare soluzioni ad eventuali problematiche relative alla qualità tecnica.

L'articolo 16 "Copertura del servizio di radiodiffusione televisiva" stabilisce che la copertura del servizio di radiodiffusione televisiva analogico da parte della Rai non sia inferiore al 99% della popolazione. Per la terza rete regionale è previsto un grado minimo medio di copertura della popolazione pari al 97%. La concessionaria del servizio pubblico, qualora richiesta, è tenuta ad estendere localmente il servizio analogico, ma solo a mezzo di convenzioni con Regioni, Province, Comuni o altri enti locali.

L'articolo 31 "Accessibilità alla programmazione diffusa in *simulcast*", infine, è molto importante e su di esso c'è grande attenzione e attesa da parte delle associazioni degli utenti. Esso prevede che gli utenti, in regola con il pagamento del canone di abbonamento e impossibilitati a ricevere il segnale Rai terrestre, abbiano l'accesso gratuito all'intera programmazione Rai diffusa sulle reti analogiche in chiaro e trasmessa in simulcast via satellite e via cavo. La Rai avrebbe dovuto stipulare entro il 29 maggio c.a. un accordo di programma con il Ministero delle comunicazioni nel quale definire le relative modalità attuative. L'Autorità vigilerà con particolare attenzione sull'esecuzione di tale obbligo da parte della concessionaria così come sulla previsione dell'articolo 26 del contratto di servizio, avente ad oggetto la neutralità tecnologica, il quale pone ulteriori e distinte problematiche stabilendo che "La Rai si impegna a realizzare la cessione gratuita, e senza costi aggiuntivi per l'utente, della propria programmazione di servizio pubblico sulle diverse piattaforme distributive, compatibilmente con i diritti dei terzi e fatti salvi gli specifici accordi commerciali".

Tali problematiche, relative agli obblighi di "must-offer" in un contesto di neutralità tecnologica, andranno attentamente esaminate alla luce dei "diritti d'autore" e degli accordi commerciali tra le parti, nella consapevolezza, però, che la missione di servizio pubblico è anche quella di essere motore della cicolazione di contenuti "in chiaro" di qualità, in un panorama che vede la crescita dell'offerta dei contenuti a pagamento sulle diverse piattaforme, per continuare a garantire un "servizio universale" nei confronti di tutti gli utenti.

Obblighi di programmazione di opere europee e opere di produzione indipendente

Nel periodo di riferimento la Direzione contenuti audiovisivi e multimediali ha trasmesso alla Commissione europea il previsto Rapporto sull'applicazione degli articoli 4 e 5 della Direttiva TVSF per il biennio 2005-06, a seguito del quale la medesima Direzione ha avviato una attività istruttoria per verificare i motivi del mancato rispetto della normativa comunitaria e nazionale da parte di alcuni canali nazionali e per provvedere all'irrogazione delle sanzioni eventualmente necessarie.

Le norme di riferimento sono gli articoli 6 e 44 del Testo Unico della Radiotelevisione e la delibera dell'Autorità n. 9/99 i quali, prima della modifica normativa introdotta dalla legge finanziaria 2008, imponevano a tutte le emittenti operanti in ambito nazionali i sequenti obblighi:

A) Obblighi di programmazione

- obbligo di dedicare alla programmazione di opere europee almeno il 50% del tempo di diffusione, escluso il tempo destinato a manifestazioni sportive, a giochi televisivi, a notiziari, alla pubblicità oppure a dibattiti teletext e televendite;
- 2. obbligo di dedicare alla programmazione di opere europee recenti (prodotte negli ultimi cinque anni) almeno il 50% del tempo dedicato alle opere europee;
- 3. obbligo di dedicare alla programmazione di opere europee realizzate da produttori indipendenti almeno il 10% del tempo di diffusione, escluso il tempo destinato a manifestazioni sportive, a giochi televisivi, a notiziari, alla pubblicità oppure a dibattiti *teletext* e televendite. Tale obbligo è elevato al 20% per la concessionaria del servizio pubblico.

B) Obblighi d'investimento

- obbligo di investire almeno il 10% dei ricavi pubblicitari nella produzione e nell'acquisto di programmi audiovisivi di produzione europea. Per la Rai tale obbligo riguarda almeno il 15 % dei ricavi da canone;
- 2. obbligo di investire una sub-quota di almeno il 40% della quota di investimenti in opere europee in opere filmiche europee.

L'attività di verifica del rispetto dei suddetti obblighi è effettuato attraverso il sistema di monitoraggio dei programmi e l'analisi dei modelli Q1 e Q2 della Informativa Economica di Sistema (IES), inviati telematicamente dalle emittenti iscritte al Registro degli operatori di comunicazione (ROC)¹⁰⁰.

Dai controlli effettuati sulla base dell'Informativa di Sistema del 2006 (contenente i dati dell'esercizio 2005) era emerso che molte emittenti satellitari, verosimilmente per una errata interpretazione del combinato disposto degli articoli 6 e 44, non avevano inviato i dati relativi alla loro programmazione delle opere di produzione europea. A seguito di una circolare interpretativa le emittenti sono state invitate a trasmettere i dati in maniera corretta.

¹⁰⁰ Sulla base di tali dati la scrivente Direzione ha stilato una serie di tabelle che hanno costituito la base per la redazione del citato Rapporto biennale alla Commissione europea.

Per le emittenti che non sono risultate in regola con gli obblighi in materia di quote europee, si è proceduto ad avviare i relativi procedimenti sanzionatori ai sensi del Regolamento in materia di procedure sanzionatorie.

Le seguenti tabelle (tabelle 2.18. e 2.19.) riassumono i dati principali relativi ai procedimenti avviati.

Tabella 2.18. Violazioni degli obblighi di programmazione

Tipo di violazione rilevata	50% opere europee	50% opere europee recenti	10% opere di produzione indipendente	totale di violazioni rilevate
Anno 2005 nel palinsesto				
quotidiano	20	23	55	98
Anno 2005 nel <i>peak time</i>	26	19	53	98
Totale 2005	46	42	108	196
Anno 2006 nel palinsesto				
quotidiano	24	26	76	126
Anno 2006 nel peak time	26	26	69	121
Totale 2006	50	52	145	247
Totale violazioni riscontrate	96	94	253	443

Fonte: elaborazioni Autorità

Tabella 2.19. Violazioni degli obblighi di investimento

Anno di riferimento	investimenti in opere europee	investimenti in opere filmiche	totale violazioni
Anno 2005	13	20	33
Anno 2006	20	26	46
Totale violazioni riscontrate	33	46	79

Fonte: elaborazioni Autorità

Giova ricordare che, in virtù del comma 4 dell'articolo 2^{101} del Regolamento approvato con delibera n. 9/99, nel caso in cui più canali appartengano o siano controllati da un medesimo soggetto, l'obbligo di riservare ad opere europee il 50% del tempo di diffusione viene calcolato sulla percentuale raggiunta complessivamente da tutti i canali del gruppo fermo restando l'obbligo, per ciascuno dei singoli canali, di destinare alla opere europee almeno il 20% del proprio palinsesto.

Un criterio simile è previsto dall'articolo 4 del Regolamento approvato con delibera n. 9/99 per quanto riguarda gli obblighi di investimento.

Per tale motivo si è proceduto ad avviare i procedimenti sanzionatori secondo un criterio di accorpamento per anni e di distinzione delle violazioni di obblighi di investi-

¹⁰¹ Delibera n. 9/99, articolo 2 comma 4 "Qualora più canali televisivi appartengano a o siano controllati da un unico soggetto, la quota di riserva a favore delle opere europee viene determinata sulla programmazione complessiva dei canali stessi, fatto salvo un limite minimo del 20% per ciascuno di essi. La quota di riserva sulla programmazione complessiva di cui al presente comma deve essere calcolata come percentuale della somma delle ore di programmazione di opere europee trasmesse complessivamente dai canali rispetto alla somma delle ore totali di trasmissione dei canali stessi."

mento da quelle degli obblighi di programmazione: in base a tale criterio sono stati avviati alla data attuale 86 procedimenti per violazione di obblighi di programmazione e 20 procedimenti per violazione di obblighi di investimento, ciascuno dei quali ha ad oggetto da 2 a 4 violazioni.

Dai procedimenti ormai in via di conclusione è stato possibile trarre le seguenti valutazioni:

- 1. alcune emittenti che effettivamente hanno riconosciuto di aver violato gli obblighi di cui agli articoli 6 e 44 del Testo Unico hanno deciso di usufruire della possibilità di oblazione, ossia di pagamento in misura ridotta della sanzione del procedimento sanzionatorio ai sensi dell'articolo 16 della legge 24 novembre 1981, n. 689;
- 2. i casi di violazione degli obblighi di cui agli articoli 6 e 44 del Testo Unico per i quali non si è verificato il ricorso alla oblazione riguardano circa il 30% dei procedimenti istruiti;
- 3. la maggior parte delle violazioni che esulano dai due casi appena menzionati riguardano l'obbligo di destinare il 10% del palinsesto ad opere di produttori indipendenti.

Diritti residuali

Nel periodo di riferimento l'Autorità ha svolto una indagine conoscitiva in materia di diritti residuali. La nozione di "diritto residuale" è stabilita dall'articolo 2, comma 4, della legge 122/98 (oggi trasposta nell'articolo 44, comma 4, del Testo Unico della radiotelevisione), che prevede che ai produttori indipendenti siano attribuite quote di diritti residuali derivanti dalla limitazione temporale dei diritti di utilizzazione televisiva acquisiti dagli operatori radiotelevisivi.

Tale norma recepiva la disposizione del 31° considerando della Direttiva europea TV Senza Frontiere¹⁰², che invitava gli Stati Membri a tener conto dei criteri come la proprietà della società di produzione, l'entità dei programmi forniti alla stessa emittente e la proprietà dei diritti di sfruttamento secondari nella definizione della nozione di produttore indipendente.

La competenza a regolamentare la materia è stata attribuita all'Autorità dal citato disposto di legge, secondo il quale "Ai produttori indipendenti sono altresì attribuite quote di diritti residuali derivanti dalla limitazione temporale dei diritti di utilizzazione televisiva acquisiti dagli operatori radiotelevisivi secondo i criteri stabiliti dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni".

L'Autorità ha approvato il regolamento in questione con delibera n. 185/03/CSP. Tale regolamento ha introdotto una definizione di quote di diritti residuali ("il diritto attribuito ai produttori indipendenti trascorso il limite temporale di utilizzazione radiotelevisiva") e ne ha regolamentato la disciplina stabilendo, tra l'altro, che (articolo 3 comma 2) "Le quote di diritti residuali sono oggetto di libera negoziazione tra le parti e vengono attribuite ai produttori indipendenti in misura proporzionale alla effettiva partecipazione alle fasi di sviluppo e di realizzazione delle produzioni [...]". Nel caso di coproduzioni¹⁰³, poi, l'articolo 3, comma 3, prevede che "[...] le quote di diritti residuali vengono trasferite ai produttori decorso il termine di cinque anni dalla consegna del

^{102 &}quot;Considerando che gli Stati membri, nel definire la nozione di «produttore indipendente», dovrebbero tener conto di criteri come la proprietà della società di produzione, l'entità dei programmi forniti alla stessa emittente e la proprietà dei diritti di sfruttamento secondari".

prodotto, qualora non vi sia stata alcuna utilizzazione radiotelevisiva da parte dell'operatore radiotelevisivo, salvo che le parti stabiliscano un termine inferiore".

A seguito del mutamento del quadro tecnologico e di mercato del settore della produzione televisiva a causa dello sviluppo delle piattaforme digitali la titolarità dei diritti sulle opere e sui contenuti audiovisivi in genere ha acquisito ancor più importanza, tanto per la trasmissione del prodotto sulle nuove piattaforme quanto per la sempre più frequente produzione di *sequel* e di *spin-off*.

Nello stesso tempo, le associazioni di produttori hanno sollecitato un intervento dell'Autorità teso alla revisione del Regolamento onde consentire negoziazioni eque, ragionevoli e non discriminatorie ed il riconoscimento del contributo creativo ed organizzativo del produttore nel ciclo di produzione dell'opera stessa.

L'Autorità ha avviato, pertanto, un'indagine conoscitiva volta all'acquisizione di ulteriori elementi cognitivi e finalizzata ad una valutazione circa gli effetti che il mutato quadro tecnologico e competitivo ha prodotto nel mercato della produzione e della titolarità dei diritti delle opere audiovisive. Alla consultazione hanno partecipato i soggetti indicati nella successiva tabella 2.20.

Tabella 2.20. Imprese di produzione o di distribuzione ed associazioni

ACTI - Associazione canali tematici italiani
AER-ANTI-CORALLO
ANAC - Associazione nazionale autori cinematografici
ANICA - Associazione nazionale industrie cinematografiche audiovisive e multimediali
APC - Associazione produttori cinematografici
API - Autori e produttori indipendenti
APT - Associazione produttori televisivi
Cartoon Italia
DOC.IT - Associazione documentaristi italiani
Ebismedia
ENDEMOL
Europa TV
Fox Internationals
FRT - Federazione Radio Televisioni
H3G
IEM - Istituto Europeo dei Media
MAGNOLIA
Mediaset
Medusa Film
Rai
Rete A - ALL Music
SACI - Scrittori associati di cinema e televisione
SIAE
SKY Italia
TV Internazionale

¹⁰³ Le coproduzioni sono definite all'articolo 2, comma 3: "Per produzione audiovisiva in coproduzione si intendono le opere audiovisive co-prodotte dall'operatore radiotelevisivo e da un produttore indipendente alle quali quest'ultimo ha contribuito in misura non inferiore o al 20% del costo complessivo della fase di sviluppo dei progetti o al 10% del costo complessivo della fase di realizzazione".

UNPF - Unione Nazionale Produttori Film

Tutti i soggetti partecipanti sono stati invitati a chiarire il proprio punto di vista in merito ai seguenti argomenti:

- a) qual è il ciclo di sviluppo del prodotto audiovisivo in Italia (come riconoscere l'autore, su chi grava il rischio di impresa, chi realizza il prodotto etc);
- b) come vengono gestiti al momento i diritti residuali nel rapporto tra emittenti e produttori;
- c) qual'è il livello di partecipazione e il tipo di coinvolgimento (finanziario, organizzativo, esecutivo) dei produttori allo sviluppo del prodotto;
- d) come avviene la negoziazione dei diritti per la distribuzione di un'opera audiovisiva su piattaforme diverse da quella/e su cui è prevista la prima diffusione dell'opera;
- e) come avviene la ri-negoziazione dei diritti nel caso di realizzazione di un *sequel* o di uno *spin-off*;
 - f) eventuali proposte migliorative della delibera n. 185/03/CSP.

Le risultanze dell'istruttoria sono state di particolar aiuto nel procedimento di revisione della regolamentazione della materia dei diritti residuali, nell'ambito del più ampio progetto di revisione del quadro regolamentare in materia di opere europee e di opere di produzione indipendente introdotto dalla legge finanziaria 2008.

Le autorizzazioni satellitari

L'attività di rilascio delle autorizzazioni è svolta ai sensi del regolamento approvato con delibera n. 127/00/CONS del 1 marzo 2000, che ha disciplinato il rilascio dei titoli abilitativi alle emittenti che diffondono programmi televisivi via satellite in uno degli Stati firmatari della convenzione europea sulla televisione transfrontaliera stipulata a Strasburgo il 5 maggio 1989 e ratificata con legge 5 ottobre 1991, n. 327.

Ai sensi dell'articolo 5, comma 1 della predetta disciplina, i provvedimenti di autorizzazione, avviati previo presentazione, da parte del soggetto interessato, di apposita istanza in relazione a ciascuno dei programmi diffusi, sono rilasciati per la durata di sei anni e possono essere rinnovati.

I dati attestanti il volume di attività espletato nell'arco temporale 1 maggio 2007 – 30 aprile 2008, con riguardo ai provvedimenti di autorizzazione alla diffusione via satellite dei programmi televisivi, sono riportati nella tabella 2.21.

Tabella 2.21. Provvedimenti di autorizzazione alla diffusione via satellite				
Domande di autorizzazione/rinnovo/voltura/modifica	67			
Autorizzazioni rilasciate	41			
Autorizzazioni rinnovate	10			
Autorizzazioni volturate	10			
Autorizzazioni modificate secondo le comunicazioni ricevute	5			
Provvedimenti in trattazione	1			

Fonte: elaborazioni Autorità

In ordine a ciascuno dei provvedimenti di autorizzazione rilasciati, i dati anagrafico-tecnici dichiarati dai soggetti istanti sono acquisiti in uno specifico data base, la cui puntuale gestione consente, attraverso l'annotazione delle singole posizioni e l'aggiornamento di ogni variazione successiva in capo ai soggetti stessi, l'esercizio di una funzione generale di monitoraggio del settore.

I dati maggiormente incisi da processi di variazione attengono, in via ordinaria, alle variazioni dell'assetto societario delle società emittenti, alla modifica delle denominazioni dei programmi diffusi ovvero al cambiamento del sistema tecnico di trasmissione.

Alle predette fattispecie si aggiungono, poi, gli atti conseguenti alle comunicazioni delle variazioni tecniche che, ai sensi del regolamento, le emittenti sono tenute a fornire all'Autorità.

Per un quadro di sintesi, nella successiva tabella 2.22 vengono riportati i dati relativi al numero complessivo di programmi e di soggetti autorizzati nel periodo dal 13 aprile 2000 al 30 aprile 2008.

Tabella 2.22. Numero di programmi e di soggetti autorizzatiTotale programmi autorizzati325Totale soggetti autorizzati143Totale autorizzazioni decadute66

Fonte: elaborazioni Autorità

Nel corso del periodo temporale in esame, si è intensificata, altresì, l'attività di vigilanza nei confronti delle emittenti satellitari che diffondono in chiaro, anche durante le ore diurne, programmi a contenuto erotico/pornografico e numerazioni a tariffazione speciale, in violazione della disciplina normativa vigente.

Tale attività, avviata anche a seguito di segnalazioni pervenute da parte della Commissione Europea, si avvale della collaborazione e del supporto tecnico della Polizia delle comunicazioni e del Nucleo Speciale della Guardia di Finanza, ed è ancora in corso.

Autorizzazioni ai trasferimenti di proprietà di società radiotelevisive

A poco più di un anno dall'entrata in vigore della delibera n. 646/06/CONS, recante la disciplina del procedimento autorizzatorio al trasferimento di proprietà delle società radiotelevisive predisposto sulla base delle prescrizioni dell'articolo 1, comma 6, lett. c), n. 13, della legge 31 luglio 1997, n. 249, è stata promulgata la legge 29 novembre 2007, n. 222, recante: "Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 1° ottobre 2007, n. 159, recante interventi urgenti in materia economico-finanziaria, per lo sviluppo e l'equità sociale", la quale all'articolo 16, comma 4 bismediante la sostituzione della lettera p) dell'articolo 2, comma 1 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (Testo unico della radiotelevisione) - introduce una nuova definizione della locuzione "ambito locale televisivo", prospettandolo quale "esercizio dell'attività in uno o più bacini, comunque non superiori a dieci, anche non limitrofi, purché con copertura inferiore al 50 per cento della popolazione nazionale; l'ambito e' denominato regionale o provinciale quando il bacino di esercizio dell'attività di radiodiffusione televisiva e' unico e ricade nel territorio di una sola regione o di una

sola provincia, e l'emittente non trasmette in altri bacini; l'espressione «ambito locale televisivo» riportata senza specificazioni si intende riferita anche alle trasmissioni in ambito regionale o provinciale". La predetta norma introduce altresì la sostituzione del comma 3 dell'articolo 23 con la disposizione attestante che: "Fatto salvo il limite di tre concessioni o autorizzazioni per la radiodiffusione televisiva in ambito locale all'interno di ciascun bacino di utenza, e nel rispetto della definizione di ambito locale....(omissis)..... un medesimo soggetto può detenere, anche tramite società controllate o collegate, un numero plurimo di concessioni e autorizzazioni per l'esercizio dell'attività televisiva in ambito locale".

L'introduzione del nuovo dettato legislativo ha consentito di imprimere dinamiche favorevoli ad alcuni casi di istanze per il trasferimento di proprietà di società radiotelevisive non altrimenti superabili.

In materia di autorizzazione ai trasferimenti di proprietà di società radiotelevisive, nel periodo temporale di interesse della presente Relazione, e sino alla data del 30 aprile 2008, sono stati avviati 30 procedimenti autorizzatori, che hanno riguardato, nell'insieme, società concessionarie televisive in ambito locale, società concessionarie radiofoniche in ambito sia nazionale, sia locale, nonché società autorizzate per l'esercizio di emittenti televisive satellitari.

Più compiutamente, sono stati adottati 27 provvedimenti di autorizzazione, parte dei quali, alla luce del principio "tempus regit actum", secondo le modalità procedurali previste dalla delibera n. 290/03/CONS, e la maggior parte di essi, in quanto più recenti, con le procedure recate dalla delibera n. 646/06/CONS, nonchè 3 provvedimenti dispositivi di "non doversi ulteriormente procedere" per mancato interesse da parte dei soggetti istanti.

Detti provvedimenti di autorizzazione hanno riguardato, partitamente, sia società concessionarie radiotelevisive in ambito nazionale (3) e locale (11), sia società concessionarie radiofoniche in ambito nazionale (1) e locale (15).

Sono stati, inoltre, avviati numerosi procedimenti diretti, nello specifico, al rilascio dell'autorizzazione preordinata alla cessione di azienda televisiva, ai sensi dell'articolo 11, comma 2 della delibera n. 78/98.

Il procedimento relativo, che compete in parte al Ministero delle comunicazioni ed in parte all'Autorità, si conclude con il consenso da parte del Ministero al subentro del soggetto istante-acquirente nel titolo concessorio ceduto, previa autorizzazione da parte dell'Autorità alla cessione dell'azienda radiotelevisiva in favore del soggetto medesimo.

Nel periodo considerato sono state positivamente deliberate 25 istanze di autorizzazione ai sensi della norma citata. Per una sola istanza, a seguito del ritiro formale da parte del soggetto interessato, non si è proceduto alla relativa definizione.

I procedimenti in materia di posizioni dominanti e di attività di verifica delle operazioni di concentrazione ed intese nel Sistema Integrato delle Comunicazioni

A partire da gennaio 2007, con l'entrata in vigore del regolamento approvato con delibera n. 646/06/CONS, gli Uffici dell'Autorità hanno avviato, a regime, le attività per l'istruttoria dei procedimenti in materia di posizioni dominanti e di verifica delle operazioni di concentrazione ed intese nel sistema integrato delle comunicazioni, in relazio-

ne ai limiti disposti dall'articolo 43 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (di seguito Testo Unico della radiotelevisione).

Secondo quanto previsto dal citato regolamento, le operazioni di concentrazione e le intese notificate vengono verificate nell'ambito di un'istruttoria preliminare che si conclude entro il termine di 60 giorni dal ricevimento della notifica, fatte salve eventuali richieste di integrazioni. Entro la scadenza del termine prefissato, l'Autorità, ove ravvisi ragionevoli motivi per ipotizzare la sussistenza di una posizione vietata ai sensi dell'articolo 43 del testo unico, può avviare il procedimento volto ad accertare l'effettiva violazione dei principi di cui ai commi 7, 8, 9, 10, 11 e 12 dell'articolo 43 del testo unico e ad adottare i conseguenti provvedimenti; in caso contrario, l'Autorità conclude l'attività pre-procedimentale con un provvedimento di non avvio dell'istruttoria.

Con riferimento a tale attività di verifica, alla data del 30 aprile 2008, risultano essere state assunte sessantanove delibere di non avvio dell'istruttoria da parte del Consiglio dell'Autorità, per quanto concerne le operazioni di concentrazione e le intese superiori alle soglie di fatturato di cui all'articolo 4, comma 1 del regolamento e diciotto determine di non avvio dell'istruttoria da parte della Direzione contenuti audiovisivi e multimediali per le operazioni di concentrazione e le intese inferiori alle soglie di fatturato di cui all'articolo 4, comma 1 del regolamento citato¹⁰⁴.

Nella tabella 2.23 si riportano i dati relativi al volume di attività espletato nell'arco temporale che va dal mese di maggio 2007 al mese di aprile 2008.

Tabella 2.23. Volume di attività connesso alle verifiche del rispetto dei principi di cui all'articolo 43 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177

Operazioni sottoposte a verifica	87
Assunte con delibera	69
Assunte con Determina	18
Provvedimenti in trattazione (alla data del 30 aprile 2008)	9

Fonte: elaborazioni dati Autorità

Le aree economiche del SIC interessate dalle verifiche effettuate dall'Autorità ai sensi dell'articolo 43 del Testo unico della radiotelevisione hanno riguardato la televisione (43 operazioni verificate), la radio (38), l'editoria elettronica (5) e l'editoria annuaristica (1).

Le operazioni di concentrazione e le intese notificate all'Autorità per le verifiche ai sensi dell'articolo 43 del Testo Unico della radiotelevisione, rispecchiano il processo in atto nei diversi settori economici oggetto di analisi da parte dell'Autorità, sempre più orientati verso modelli di convergenza, sia tra i vari media, sia tra questi e le telecomunicazioni di rete fissa e di rete mobile, come nel caso della vendita di contenuti video su reti di telecomunicazione.

¹⁰⁴ Con decisione assunta nella riunione del 9 maggio 2007, il Consiglio dell'Autorità ha delegato il Direttore della Direzione contenuti audiovisivi e multimediali ad assumere le decisioni in ordine ad operazioni di concentrazione inferiori alle soglie di fatturato di cui all'articolo 4, comma 1 del regolamento allegato alla delibera n. 646/06/CONS.

Tra il mese di giugno e il mese di ottobre del 2007, la società Sky Italia S.r.l. ha notificato preventivamente all'Autorità, ai sensi dell'articolo 43, comma 1 del Testo unico della radiotelevisione, tre intese: la prima con la società Fastweb S.p.A., la seconda con la società Wind Telecomunicazioni S.p.A., la terza con la società Telecom Italia S.p.A., tutte aventi ad oggetto la fornitura reciproca, su base non esclusiva, di una serie di servizi volti a consentire agli abbonati degli operatori di telefonia e Internet a banda larga di fruire, tramite la piattaforma IPTV, dell'intera offerta satellitare di Sky.

In un'ottica di offerta dei contenuti multipiattaforma, gli accordi notificati renderanno disponibile l'offerta televisiva di Sky su piattaforme alternative a quella satellitare e consentiranno ad operatori che vantano il fatturato più rilevante nel settore delle telecomunicazioni (voice e Internet a larga banda), di presentarsi ai propri utenti come operatori triple play offrendo anche contenuti televisivi.

Secondo quanto stabilito dall'articolo 43 comma 1 del Testo Unico della radiotelevisione e dal regolamento 646/06/CONS, la Direzione contenuti audiovisivi e multimediali ha avviato una serie di verifiche pre-procedimentali volte ad accertare la compatibilità degli accordi in oggetto con quanto disposto dall'articolo 43, commi 7, 8, 9,10, 11 e 12 del Testo Unico citato, deliberando di autorizzare l'esecuzione degli accordi notificati.

2.10. La pubblicità

La competenza in materia di pubblicità è attribuita dalla legge 31 luglio 1997 n. 249, nelle due espressioni del potere regolamentare e di vigilanza. In particolare la legge dispone che l'Autorità (articolo 1, comma 6, lettera b, numero 3) vigili sulle modalità di distribuzione dei servizi e dei prodotti, inclusa la pubblicità in qualunque forma diffusa, e che, (articolo 1, comma 6, lettera b, numero 5) in materia di pubblicità sotto qualsiasi forma e di televendite, emani i regolamenti attuativi delle disposizioni di legge e regoli l'interazione organizzata tra il fornitore del prodotto o servizio o il gestore di rete e l'utente, che comporti acquisizione di informazioni dall'utente, nonché l'utilizzazione delle informazioni relative agli utenti.

In tale contesto l'Autorità attraverso il monitoraggio televisivo, attuato per mezzo della registrazione e della successiva visione dei filmati televisivi trasmessi, realizza i controlli sulla pubblicità delle emittenti televisive ed esercita il potere sanzionatorio.

Gli aspetti della pubblicità che vengono controllati dall'Autorità si possono riassumere in:

- verifica degli affollamenti pubblicitari televisivi;
- collocazione degli eventi pubblicitari televisivi;
- valutazione di alcuni contenuti pubblicitari previsti dalla normativa;
- analisi dei contenuti pubblicitari;
- investimenti in pubblicità degli Enti pubblici.

Questa Autorità svolge quindi controlli sia di tipo quantitativo (ad esempio per ciò che riguarda gli affollamenti), sia di tipo qualitativo, in merito all'analisi di alcuni contenuti di spot pubblicitari.

I controlli sulla pubblicità televisiva vengono svolti direttamente dall'ufficio dell'Autorità sulle emittenti nazionali analogiche, digitali e satellitari. Per quanto riguarda invece le emittenti a diffusione locale, a causa della numerosità e della loro dislocazione sul territorio, per le evidenti problematicità che presenta il capillare monitoraggio, nel corso del 2007, sono state emanate dall'Autorità linee guida al fine di demandare ai vari Co.re.com. diffusi sul territorio nazionale il controllo delle emittenti locali di propria competenza da effettuarsi in maniera omogenea e trasparente.

La pubblicità televisiva e radiofonica

L'attività di vigilanza sulla pubblicità trasmessa dalle emittenti televisive si esplica attraverso il controllo della programmazione.

La verifica dei programmi delle concessionarie radiotelevisive analogiche a diffusione nazionale, avviene attraverso un monitoraggio sistematico, effettuato sull'intera programmazione delle emittenti, attraverso la registrazione dei programmi e la successiva analisi e catalogazione dei diversi eventi pubblicitari trasmessi nel corso di ciascuna giornata televisiva.

Il monitoraggio delle emittenti digitali a diffusione terrestre e satellitari viene effettuato a rotazione periodica e/o a campionamento di alcune tipologie di program-

mi, per l'onerosità degli apparati necessari per la rilevazione (ampia gamma di strumenti necessari per la ricezione quali antenne e ricevitori, e differenti codifiche).

Per quanto riguarda le emittenti locali, radiofoniche e televisive, non essendo possibile attuare un monitoraggio di natura sistematica, data la numerosità di tali emittenti, che comporterebbe elevatissimi oneri per l'effettuazione del monitoraggio e vincoli di natura tecnica per l'impossibilità di effettuare la ricezione e la raccolta di tutti i segnali diffusi da una unica postazione di rilevazione, il monitoraggio viene demandato a strutture periferiche delegate dall'Autorità che operano a campione o su segnalazione di privati cittadini, associazioni, emittenti, ecc. inviando poi la documentazione agli uffici demandati dell'Autorità.

Lo stato dell'attività di vigilanza e sanzionatoria nei confronti delle concessionarie radiotelevisive a diffusione nazionale, pertanto, è riportato nella tabella seguente, in considerazione dell'attuale classificazione delle infrazioni aggiornate nell'anno nel periodo maggio 2007 - aprile 2008.

Emittenti nazionali

Nell'ambito dell'attività dell'ufficio incaricato allo svolgimento dell'attività di controllo su tali emittenti, riorganizzato dall'inizio del 2007 secondo criteri di ottimizzazione ed efficacia dell'azione svolta, attraverso la contemporanea attività di vigilanza, controllo e fase istruttoria del procedimento sanzionatorio nel caso di riscontro di infrazioni, si è rilevato un positivo andamento del processo di lavorazione della pratica amministrativa e della sua continuità relativamente agli specifici tempi tecnici legati alla sua istruttoria.

In dettaglio l'attività può essere riassunta nella tabella 2.24.

Per quanto invece concerne le emittenti radiofoniche e televisive in ambito locale, con riferimento alle violazioni riportate in tabella, a fronte di 18 procedimenti avviati nel periodo in esame, ne sono stati conclusi 13 con diffida (delibere nn. 120/07/CSP, 121/07/CSP e 122/07/CSP, Prima TV'), (delibera n. 140/07/CSP, TGS Telegiornale di Sicilia), (delibera n. 177/07/CSP, Radio Gamma 5), (delibera n. 189/07/CSP, Telearena), (delibere nn.1/08/CSP, 2/08/CSP, 3/08/CSP, 4/08/CSP e 5/08/CSP, Rete Sei), (delibera n. 82/08/CSP, Telesalute), (delibera n. 97/08/CSP, Radio Sudtirol); inoltre sono stati adottati 8 provvedimenti di diffida relativi a procedimenti avviati con contestazione precedentemente al periodo di riferimento (delibere nn. 94/07/CSP, 95/07/CSP, 96/07/CSP e 97/07/CSP, Telenostra), (delibera n. 98/07/CSP, Telenormanna TVA), (delibere nn. 99/07/CSP, 100/07/CSP, 107/07/CSP, Irpinia TV) e 3 provvedimenti di ordinanza – ingiunzione (delibera n. 194/07/CSP – euro 1.032,00, n. 195/07/CSP – euro 1.032,00, delibera n. 196/07/CSP – euro 1.032,00, Irpinia TV) relativi a procedimenti conclusi con diffida precedentemente adottata.

Tabella 2.24. Emittenti televisive nazionali, stato dell'attività sanzionatoria nel settore della pubblicità televisiva

	vvedimenti adottati	Emittente	Numero provvedimento	Importo sanzione
1. Affollamenti			•	
a) concessionaria pubblica	5	RAI 1	DEL. 73/07/CSP	DIFFIDA
		RAI 2	DEL. 74/07/CSP	DIFFIDA
		RAI 3	DEL. 75/07/CSP	DIFFIDA
		RAI 2	DEL. 192/07/CSP	€30.000,00
<u> </u>		RAI 3	DEL. 193/07/CSP	€10.000,00
b) emittenti private	15	ITALIA1	DEL. 76/07/CSP	€10.000,00
		CANALE 5	DEL. 77/07/CSP	€20.000,00
		FOX	CONT/68/07/DIC	
		FOX CRIME	CONT/69/07/DIC	
		LA7	CONT/77/07/DIC	
		SKYCINEMA1	DEL. 118/07/CSP	DIFFIDA
		LA7	DEL. 130/07/CSP	ARCHIVIAZIONE
		FOX	DEL. 163/07/CSP	DIFFIDA
		FOX CRIME	DEL. 166/07/CSP	ARCHIVIAZIONE
		MTV	CONT/186bis/07/DIC	
		SKYCINEMA1	DEL. 175/07/CSP	€20.000,00
		LA7	DEL. 178/07/CSP	DIFFIDA
		ITALIA1	DEL. 60/08/CSP	€20.000,00
		RETE4	DEL. 98/08/CSP	€15.495,00
		CANALE 5	DEL. 99/08/CSP	€46.485,00
c) affollamenti	4	SPORTITALIA	DEL. 119/07/CSP	DIFFIDA
pertelevendite		RETECAPRI	CONT/102/07/DIC	
•		RETECAPRI	CONT/116/07/DIC	
		RETECAPRI	DEL. 17/08/CSP	DIFFIDA
2. Interruzioni di partite	6	RAI 1	DEL. 181/07/CSP	€180.000,00
sportive per trasmissione		RAI 2	DEL. 182/07/CSP	€50.000,00
di spot isolati		ITALIA1	CONT/255/07/DIC	,
P		CANALE 5	CONT/258/07/DIC	
		RAI 1	CONT/259/07/DIC	
		LA7	CONT/36/08/DIC	
3. Interruzione di opere musicali,	2	LA7	CONT/185/07/DIC	,
teatrali e audiovisive		FOX	CONT/239/07/DIC	
4. Distanza tra interruzioni	7	ITALIA1	DEL. 83/07/CSP	ARCHIVIAZIONE
successive		CANALE5	DEL. 117/07/CSP	DIFFIDA
		CANALE5	DEL. 200/07/CSP	€50.000,00
		ITALIA1	CONT/66/07/DIC	,
		FOX CRIME	CONT/252/07/DIC	
		FOX	CONT/253/07/DIC	
		ITALIA1	DEL. 39/08/CSP	DIFFIDA
5. Interruzione di programmi	5	SPORTITALIA	DEL. 61/07/CSP	DIFFIDA
inferiori a 30 minuti		ITALIA1	DEL. 139/07/CSP	ARCHIVIAZIONE
		SPORTITALIA	DEL. 174/07/CSP	€10.000,00
		RAI 1	CONT/187/07/DIC	
		RAI 1	DEL. 105/08/CSP	DIFFIDA
5. Personaggi di cartoni animati	2	RAI 2	DEL. 183/07/CSP	€10.000,00
utilizzati in spot pubblicitari	_	ITALIA1	DEL. 184/07/CSP	€20.000,00
adiacenti ai cartoni stessi		117 (117 (11	222.20.707,00.	020.000,00
7. Presentazione di televendite da	0			
parte del conduttore del program	-			
ma nello stesso contesto scenico				
3. Riconoscibilità	6	CANALE5	DEL. 80/07/CSP	ARCHIVIAZIONE
del messaggio	J	RAI 1	DEL. 159/07/CSP	DIFFIDA
pubblicitario		CANALE5	CONT/106/07/DIC	
pabblicitario		RETECAPRI	CONT/100/07/DIC	
		CANALE5	CONT/57/08/DIC	•
		CANALE5 CANALE5	DEL. 110/08/CSP	ARCHIVIAZIONE
TOTALE	52	CAINALES	DEE: 110/00/CSP	ANCHIVIAZIONE
IVIALE	32			

Fonte: elaborazione Autorità

In aggiunta ai risultati prima ricordati, sempre con riferimento alle emittenti locali e nazionali, nell'arco temporale in esame, sono stati avviati con contestazione, a seguito di segnalazione degli Ispettorati territoriali del Ministero delle comunicazioni, della Guardia di finanza, dei Comitati regionali per le comunicazioni e del Comitato TV e Minori, di segnalazioni non qualificate e attività di monitoraggio d'ufficio 22 procedimenti per la violazione dell'articolo 5 ter del Regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite (adottato con delibera n. 538/01/CSP) - inserito con la delibera n. 34/05/CSP; 3 segnalazioni qualificate hanno dato luogo ad archiviazioni in via amministrativa. A fronte dei suddetti procedimenti avviati nel periodo in esame, ne sono stati conclusi 9 con diffida (delibere nn. 141/07/CSP e 100/08/CSP, TVT), (delibera n. 152/07/CSP, LA9), (delibera n. 179/07/CSP, D2Channel), (delibera n. 180/07/CSP, Tele Rent), (delibera n. 6/08/CSP, TRM), (delibera n. 41/08/CSP, Telesalute), (delibera n. 61/08/CSP, Med 2), (delibera n. 66/08/CSP, Retecapri); inoltre, sono stati adottati 8 provvedimenti di diffida relativi a procedimenti avviati con contestazione precedentemente al periodo di riferimento: (delibera n. 91/07/CSP, Retesole), (delibera n. 92/07/CSP, Antennatre), (delibera n. 93/07/CSP, TGS Telegiornale di Sicilia), (delibera n.112/07/CSP, Telemed 2), (delibera n. 126/07/CSP, Video Uno), (delibera n.132/07/CSP, Videomed), (delibera n.133/07/CSP, TRM), (delibera n.134/07/CSP, Med 1 già Telemed) e 7 provvedimenti di ordinanza – ingiunzione (delibera n.197/07/CSP - euro 3.000,00, TRM), (delibera n.198/07/CSP - euro 3.000,00, Med 1 qià Telemed), (delibera n.199/07/CSP - euro 3.000,00, Retesole), (delibera n. 62/08/CSP - 4.000,00, TGS Telegiornale di Sicilia), (delibera n. 63/08/CSP - 34.000,00, Retesole), (delibera n.64/08/CSP - 20.000,00, Antennatre), (delibera n. 65/08/CSP -2.000,00, TVT) relativi a procedimenti conclusi con diffida precedentemente adottata.

La procedura di infrazione comunitaria in materia di pubblicità televisiva

Il 12 dicembre 2007 la Commissione europea ha inviato allo Stato italiano una lettera di messa in mora in merito alle procedure di infrazione 2007/2110, 2005/2240 e 2004/4303 relative alla trasposizione nell'ordinamento italiano della direttiva 97/36/CE (c.d. Televisione senza frontiere), contestando, in particolare, la normativa e la prassi italiane riguardanti l'inserimento e la durata della pubblicità nei programmi televisivi (di cui alla Direttiva "Televisione senza frontiere"), avuto specifico riguardo ai limiti temporali di trasmissione della pubblicità (articolo 18), alle norme sull'inserimento della pubblicità nei programmi (articolo 11), a quelle riguardanti le finestre per le televendite (articolo 18*bis*), nonché alle disposizioni in materia di "autopromozione", da parte delle emittenti soggette alla giurisdizione italiana. E' stata, inoltre, segnalata la non incisività del sistema sanzionatorio vigente in Italia per le violazioni relative alle norme della direttiva comunitaria in questione.

Al fine di porre rimedio ai rilievi formulati dalla Commissione europea, l'Autorità, per quanto di sua competenza, aveva già precedentemente avviato le procedure di revisione del proprio regolamento in materia di pubblicità e televendite, ai fine del pieno allineamento alle norme comunitarie, ancor prima della formale messa in mora, sulla base di un Dossier che la Commissione aveva inviato alle Autorità italiane nella prima parte del 2007.

Con la delibera n. 162/07/CSP dell'8 novembre 2007, infatti, l'Autorità ha provveduto al corretto recepimento degli articoli 18 e 18 bis della direttiva 97/36/CE, relati-

vamente agli annunci di autopromozione e alle finestre di programmazione destinate alla televendita. Quanto all'autopromozione, essa è stata assoggettata alle regole vigenti in materia pubblicitaria relativamente agli aspetti della sua riconoscibilità e del suo corretto posizionamento tra i programmi e all'interno di essi. Per i programmi di televendita, diffusi da un canale che non sia esclusivamente dedicato a tale genere, è stato previsto che ciascuno di essi debba avere una durata minima ininterrotta di quindici minuti (c.d. "finestre di televendita"), fermo restando il rispetto dei tetti di affollamento giornaliero previsti dalla normativa vigente per le forme di pubblicità non tabellare diffuse dalle emittenti nazionali.

Nell'ambito dell'impugnativa proposta da una emittente televisiva nazionale avverso la citata delibera n. 162/07/CSP il T.A.R. Lazio, nell'accogliere la domanda incidentale di sospensione con ordinanza n. 681/2008 del 31 gennaio 2008 limitatamente alla parte in cui la delibera fissa la propria entrata in vigore sessanta giorni dopo la sua pubblicazione, ha fatto carico all'Autorità di individuare "un termine più congruo che tenga conto sia della pendenza del procedimento di modifica del provvedimento impugnato, sia della complessità degli adempimenti e degli adempimenti cui sono tenuti i destinatari della stessa delibera".

Con la delibera n. 12/08/CSP del 31 gennaio 2008, onde completare la disciplina introdotta con la delibera impugnata ed eliminare ogni possibilità di incertezza in ordine alla condizione delle televendite di durata inferiore ai quindici minuti, l'Autorità ha previsto che gli "spot" di televendita sono ammessi, ma nel rispetto dei limiti di affollamento orario previsti dall'articolo 38, comma 2, del Testo Unico della Radiotelevisione.

Ai fini della fissazione di un termine "congruo" di entrata in vigore della nuova disciplina in materia di televendite, in ottemperanza a quanto stabilito dal TAR Lazio, l'Autorità ha svolto una approfondita istruttoria nei confronti dei soggetti destinatari della norma – le emittenti televisive e i fornitori di contenuti in ambito nazionale -, all'esito della quale ha provveduto a fissare alla data del 30 novembre 2008 l'entrata in vigore della nuova disciplina, tenendo conto, da un lato della necessità di accordare un periodo temporale di vacatio al fine di non pregiudicare i contratti già stipulati dagli operatori, dall'altro di definire entro un ragionevole termine il procedimento che consente un totale allineamento alla direttiva europea.

Tenuto conto dell'esigenza di pervenire a un maggior grado di certezza nell'applicazione delle disposizioni in materia di pubblicità radiotelevisiva, anche a seguito delle censure mosse dalla Commissione europea nelle lettera di messa in mora del 12 dicembre 2007, l'Autorità ha inoltre ravvisato l'opportunità di adottare una *Comunicazione interpretativa relativa a taluni aspetti della disciplina della pubblicità televisiva*, ed ha altresì ritenuto di sottoporrne il testo a consultazione degli operatori interessati per l'acquisizione di osservazioni e rilievi prima della sua approvazione.

Tra gli aspetti toccati dalla comunicazione interpretativa vi sono l'interpretazione della nozione di autopromozione, la qualificazione dei programmi composti da parti autonome, il metodo di calcolo delle interruzioni pubblicitarie delle opere audiovisive e lungometraggi cinematografici, le modalità di inserimento della pubblicità nei programmi sportivi e, in particolare, nelle partite di calcio, le nuove forme pubblicitarie costituite da "sovraimpressioni animate".

Ai fini della definitiva emanazione il testo della comunicazione interpretativa è stato ora sottoposto alla Commissione europea per acquisirne le valutazione, anche in relazione alla sua idoneità a sanare alcuni punti della procedura di infrazione avviata nei confronti dello Stato italiano.

Si segnala infine la recente norma varata dal Parlamento in occasione della conversione in legge del decreto-legge 8 aprile 2008, n. 59, recante disposizioni urgenti per l'attuazione di obblighi comunitari e l'esecuzione di sentenze della Corte di giustizia delle Comunità europee, con la quale si pone rimedio alle censure mosse dalla Commissione europea relativamente alle disposizioni in materia di interruzione di opere liriche, teatrali e musicali e alla non incisività del sistema sanzionatorio.

La pubblicità degli enti pubblici

A valle delle attività ispettive svolte dall'Autorità relativamente alla pubblicità istituzionale (cfr. par. 2.13) sono stati adottati i provvedimenti descritti nel seguito.

La mancata comunicazione, nei termini e con le modalità prescritte dall'Autorità, dei prospetti recanti le spese pubblicitarie relative agli anni 2004, 2005 e 2006 da parte di alcune Università e Aziende USL (articolo 41, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177, integralmente riproduttivo dell'articolo 7, comma 12, della legge 3 maggio 2004, n. 112, in ordine alla mancata comunicazione delle somme impegnate per l'acquisto, ai fini di pubblicità istituzionale, di spazi sui mezzi di comunicazione di massa), ha condotto, nell'anno di riferimento all'adozione di provvedimenti; di questi 3 procedimenti si sono conclusi in seguito all'esercizio, da parte degli enti pubblici, nella fattispecie due Università e una Azienda Usl, del diritto al pagamento in misura ridotta (oblazione) previsto dall'articolo 18 della legge 24 novembre 1981, n. 689 e con il conseguente versamento di una somma pari alla terza parte del massimo della sanzione prevista per la violazione commessa (pari a euro 1.733,00) e si riferiscono all'Alma Mater Studiorum – Università di Bologna (delibera n. 525/07/CONS), all'Università degli Studi del Sannio (delibera n. 526/07/CONS), all'Azienda USL Catania 3 (delibera n. 609/07/CONS).

Quattro procedimenti si sono conclusi con altrettanti provvedimenti di ordinanza – ingiunzione e si riferiscono alla Fiera di Genova S.p.A. – euro 5.200,00 – (delibera n. 449/07/CONS), all'Università degli Studi di Roma - Tor Vergata – euro 3.500, 00 – (delibera n. 523/07/CONS), all'Università degli Studi di Palermo - euro 1.733,00 (delibera n. 573/07/CONS), all'Università degli Studi del Molise– euro 1.733,00 (delibera n. 610/07/CONS).

Inoltre, sono stati avviati 3 procedimenti attraverso la contestazione della violazione dell'articolo 41 del Testo Unico della radiotelevisione (decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177), uno dei quali riguarda in particolare la mancata comunicazione, nei termini e con le modalità prescritte, dei dati e delle notizie richiesti dall'Autorità, nel corso di istruttorie in materia di comunicazione istituzionale.

La pubblicità ingannevole

A seguito dell'entrata in vigore dei decreti legislativi che hanno adeguato la normativa interna in materia di pubblicità ingannevole e comparativa e di pratiche commerciali scorrette alle disposizioni delle Direttiva 2005/29/CE, rispettivamente n. 145 e n. 146 del 2 agosto 2007, l'Autorità è ora chiamata ad esprimere il suo parere sia sulla pubblicità, sia sulla pratica commerciale, 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 (Codice del consumo, articolo 26, comma 5, decreto legislativo 206/05) che dispone l'obbligatorietà del parere, non vin-

colante, recante "Quando il messaggio pubblicitario e' stato o deve essere diffuso attraverso la stampa periodica o quotidiana ovvero per via radiofonica o televisiva o altro mezzo di telecomunicazione, l'Autorità, prima di provvedere, richiede il parere dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni" è stata modificata con la sostituzione delle parole "pubblicità" e "pratica commerciale" a "messaggio pubblicitario" lasciando inalterata la sostanza e la ratio della norma ma introducendo, 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 del Garante con la conseguenza di "far venire meno i profili di illegittimità della pubblicità".

In esecuzione di tale normativa l'Autorità garante della concorrenza e del mercato in data 15 novembre 2007 ha adottato propri regolamenti sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa illecita e in materia di pratiche commerciali scorrette dando attuazione, attraverso la definizione delle procedure applicative, alla previsione dell'assunzione degli impegni che fa venir meno i profili di illegittimità della pubblicità, dando luogo alla chiusura del procedimento "senza accertare l'infrazione".

Alla luce di tale innovazione normativa sarà necessario ridefinire il ruolo dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e le procedure di richiesta del parere stesso in quanto essendo il parere dell'Autorità richiesto prima della pronuncia dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato sugli impegni il parere reso sui messaggi già oggetto di diffusione risulterebbe *inutiliter datus* in virtù della sanatoria dell'infrazione conseguente all'assunzione degli impegni e al conseguente accoglimento da parte dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, ovvero, in alternativa, questa Autorità si pronuncerebbe *inutiliter* sugli impegni, in caso di rigetto degli stessi.

Nel periodo 1º maggio 2007 – 30 aprile 2008 l'Autorità ha provveduto a rendere 203 pareri su 214 messaggi pubblicitari di cui 120 su messaggi diffusi attraverso la stampa periodica e quotidiana, 2 per via radiofonica e 28 televisiva, 64 tramite altri mezzi di comunicazione, di cui 56 su Internet; 11 dei pareri resi riguardano messaggi diffusi su più mezzi. Di tutti questi, i pareri resi relativamente a messaggi diffusi da aziende tenute all'iscrizione al Registro degli operatori di comunicazione hanno costituito circa il 15% del totale caratterizzandosi per la prevalenza di quelli diffusi da operatori di comunicazione elettronica.

2.11. Il Sistema Integrato delle Comunicazioni

Con riferimento al processo di valutazione economica del Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC), relativo all'anno 2006, si evidenzia innanzitutto la continuità metodologica con l'impianto utilizzato nella precedente occasione, relativa al biennio 2004-2005 (delibera n. 341/06/CONS).

In sintesi, si ribadisce che, per alcuni settori che compongono il SIC (tabella 2.25), che sono tradizionalmente oggetto dell'analisi e del monitoraggio istituzionale da parte dell'Autorità, il processo che porta alla quantificazione economica avviene a partire da una rilevazione sostanzialmente censuaria, ossia mediante rilevazione diretta delle diverse tipologie di ricavo presso le imprese. Viceversa, per gli altri settori rispetto ai quali le competenze dell'Autorità sono limitate - e così la conoscenza delle relative strutture di mercato - il processo avviene attraverso il ricorso a studi di settore e ad altre fonti esterne (ad esempio SIAE per il cinema). Si segnala, infine, che - nel caso della pubblicità esterna, delle iniziative di comunicazioni di prodotti e servizi e delle sponsorizzazioni – si è proceduto, come in passato, a stime mediante il ricorso a metodologie condivise con le principali associazioni di categoria.

Tabella 2.25. I settori merceologici che compongono il SIC

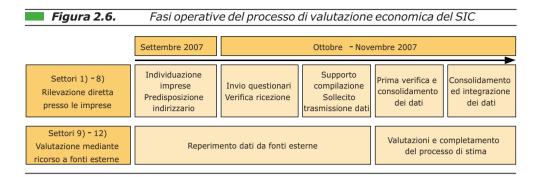
Settori soggetti a valorizzazione mediante rilevazione diretta	Settori soggetti a valorizzazione mediante ricorso a fonti		
presso le imprese	esterne e processi di stima		
1) Stampa quotidiana	9) Box office e pubblicità		
2) Stampa periodica	10) Pubblicità esterna		
3) Editoria annuaristica	11) Iniziative di comunicazione di prodotti e servizi		
4) Editoria elettronica (a)	12) Sponsorizzazioni		
5) Agenzie di stampa			
6) Televisione gratuita			
7) Televisione a pagamento			
8) Radio			

⁽a) soggetta ad integrazioni con altre fonti esterne.

La figura 2.6 illustra le fasi dei due distinti processi (raccolta dati presso le imprese e ricorso ad altre fonti esterne) predisposti per la fase operativa della valutazione economica del SIC.

Più in dettaglio, la rilevazione diretta dei dati ha interessato circa 360 imprese, operanti nell'editoria e nel settore radiotelevisivo, largamente rappresentative (mediamente per oltre il 90%) delle specifiche attività economiche di riferimento. Inoltre, con l'obiettivo di disporre di strumenti a supporto e verifica dei dati forniti dalle singole imprese, sono stati somministrati specifici questionari a quelle concessionarie di pubblicità aventi una raccolta lorda maggiore di 20 milioni di euro.

Nel processo di raccolta dei dati, massima attenzione è stata posta al "tasso di risposta" delle imprese, elemento ritenuto essenziale per disporre di informazioni



quanto più possibile rappresentative dell'universo di riferimento. Il tasso di risposta è risultato pari al 96% del numero delle imprese contattate, ossia ad un valore che garantisce pienamente la rappresentatività dei dati raccolti con riferimento ai singoli settori ed aree economiche considerati.

La determinazione degli altri settori è stata effettuata, come ricordato in precedenza, mediante il ricorso a fonti esterne. Più in dettaglio, per il cinema, l'aggiornamento è stato eseguito utilizzando i dati forniti da SIAE per valutare gli specifici ricavi delle sale cinematografiche, mentre per quantificare i ricavi di natura pubblicitaria sono state utilizzate le informazioni prodotte da Nielsen Media Research. Inoltre, è stata inclusa nell'area Cinema una valutazione fornita da Univideo circa la dimensione economica dell'homevideo commercializzato attraverso canali di distribuzione diversi dall'edicola.

La pubblicità esterna, le iniziative di comunicazione di prodotti e servizi, e le sponsorizzazioni – come è noto – costituiscono le aree economiche che presentano le maggiori criticità in termini di individuazione dei soggetti i cui ricavi possono essere riferibili al SIC e comportano, di conseguenza, evidenti difficoltà per la determinazione del relativo valore economico.

Per questi settori, pertanto, in continuità con l'approccio utilizzato nell'ambito della analisi per il biennio 2004-2005, è stato confermato un percorso metodologico - concordato con le principali associazioni di categoria - che, identificando le principali categorie di soggetti ed imprese che fanno parte della filiera delle tre aree pubblicitarie e stimandone al tempo stesso lo specifico peso all'interno di ciascuna di queste, consente di "enucleare" i ricavi delle imprese le cui attività sono univocamente riconducibili al SIC.

In definitiva, tenuto conto degli aspetti metodologici sinteticamente richiamati, si è pervenuti ai risultati illustrati nella tabella 2.26, dove sono indicati i ricavi relativi al 2006 per i singoli settori economici che compongono il SIC, il cui valore complessivo è pari a 23.640 milioni di euro.

Va sottolineato che la componente del totale SIC relativa ai settori direttamene "censiti" dall'Autorità rappresenta circa il 70%, mentre una consistenza comunque rilevante assumono ancora quei settori di difficile quantificazione economica, ed in primo luogo le iniziative di comunicazione presso il punto vendita che eguagliano la stampa periodica e sopravanzano, sia pur di poco, la stampa quotidiana.

In termini più generali, le dimensioni economiche dei mercati della radio e della televisione continuano a essere le più rilevanti (35,9% del totale) distanziando la stam-

pa quotidiana e periodica (30,1%) ed – appunto – le iniziative presso il punto vendita (15,3%).

 Tabella 2.26.
 Il SIC per aree economiche nel 2006 (milioni di euro)

Aree economiche indicate nel D.lgs 177/05	Segmentazione per settori economici	Ricavi complessivi	%	
1. Stampa quotidiana	1. Stampa quotidiana nazionale	3.479	14,7	
e periodica	e locale			
	2. Stampa periodica	3.650	15,4	
	Totale	7.129	30,1	
2. Editoria annuaristica ed	3. Editoria annuaristica	870	3,7	
elettronica anche per il tramite	4. Editoria elettronica	930	3,9	
di Internet	5. Agenzie di stampa	345	1,5	
	Totale	2.145	9,1	
3. Radio e televisione	6. TV gratuita	5.516	23,3	
	7. TV a pagamento	2.328	9,8	
	8. Radio nazionale e locale	659	2,8	
	Totale	8.503	35,9	
4. Cinema	9. Box office e pubblicità	1.388	5,9	
5. Pubblicità esterna	10. Pubblicità esterna	587	2,5	
6. Iniziative di comunicazioni	11. Iniziative di comunicazioni	3.606	15,3	
di prodotti e servizi	di prodotti e servizi			
7. Sponsorizzazioni	12. Sponsorizzazioni	282	1,2	
Totale		23.640	100,0	

Fonte: elaborazioni Autorità su dati aziendali e fonti varie

2.12. La rilevazione degli indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione

L'esercizio dell'attività di vigilanza in materia di indici di ascolto e di diffusione dei mezzi di comunicazione di massa ha riguardato l'adeguatezza sia della *governance* degli organi amministrativi e dei Comitati tecnico-scientifici delle società rilevatrici, sia delle metodologie adottate dalle società medesime alle raccomandazioni fornite con l'atto di indirizzo emanato con delibera n. 85/06/CSP.

Per quanto riguarda l'ascolto televisivo l'Autorità, con delibera n. 55/07/CSP, come già riportato nella precedente Relazione annuale, ha emanato alcune raccomandazioni metodologiche relative alla diffusione degli indici di ascolto nel caso di piccole audience. In particolare ha indicato alla società di rilevazione di fornire agli utenti dei dati di ascolto una informazione adeguata sull'errore campionario" e sulla numerosità del campione sulla base del quale le stime sono state elaborate.

Inoltre, stante la necessità di una maggiore significatività dei dati rilevati ed al fine di ridurne la variabilità, l'Autorità aveva raccomandato ad Auditel di pubblicare i dati aggregandoli anche secondo periodicità diverse, oltre a quella giornaliera.

In merito al primo tema, la società Auditel ha provveduto a redigere una nota metodologica sul calcolo dello "standard error" connesso ai dati delle emittenti satellitari. In base alle informazioni fornite nella nota metodologica, pubblicata sul sito dell'Autorità, gli utenti dispongono attualmente di un ordine di grandezza utile per valutare il "grado di variazione" della stima offerta dai dati di ascolto.

E' stata altresì recepita da Auditel la raccomandazione relativa alla pubblicazione di dati di ascolto riferiti a periodicità più ampie.

Il processo di adeguamento ha determinato, inoltre, il riconoscimento agli operatori satellitari che si definiscono "societariamente e operativamente indipendenti" rispetto alla società Sky, della facoltà di indicare un proprio membro nel Comitato tecnico della società rilevatrice. Ad oggi, pertanto, il settore televisivo satellitare risulta essere rappresentato, nel Comitato tecnico di Auditel, da due distinti soggetti: un componente della TV satellitare Sky e uno indicato dai cosiddetti operatori indipendenti.

Gli uffici dell'Autorità hanno altresì provveduto a svolgere le attività previste nella Convenzione tra l'Autorità e l'Istat finalizzata allo svolgimento di uno studio riguardante l'indagine sugli ascolti televisivi e la definizione di alcuni strumenti metodologici utili alla realizzazione di un sistema integrato per il controllo e la certificazione della qualità della rilevazione sugli indici televisivi in Italia. La Convenzione prevede la stesura, da parte dell'Istituto, di tre rapporti, due dei quali già ufficialmente presentati all'Autorità.

Il primo rapporto, presentato il 12 luglio 2007 e intitolato "Metodologia per il calcolo degli errori di campionamento delle stime dell'indagine Auditel", è dedicato allo studio dei metodi statistici per il calcolo della variabilità campionaria delle stime dell'ascolto televisivo. E' stata appurata la conformità delle procedure utilizzate da Auditel alla descrizione fornita nella nota metodologica ed è stata verificata empiricamente la validità delle metodologie a partire dai dati di alcune rilevazioni forniti dalla stessa società.

In particolare, tali analisi empiriche hanno dimostrato che:

- a) gli errori relativi delle stime decrescono al crescere del valore della stima;
- b) le stime riferite ad ascolti bassi sono soggette ad errori molto elevati, mentre le stime riferite alle grandi emittenti nazionali sono in genere affidabili;
- c) gli errori relativi decrescono all'ampliarsi dell'intervallo temporale di riferimento.

Il secondo rapporto, presentato il 14 dicembre 2007 e intitolato "Definizione di un sistema di indicatori della qualità del processo produttivo dell'indagine Auditel", definisce la qualità dei dati del processo produttivo di Auditel attraverso un esame delle possibili fonti di distorsione nelle stime. In esso vengono indagati, ai fini della verifica di validità del metodo di inferenza, gli errori diversi da quelli campionari, quali ad esempio quelli di lista, di mancata risposta e di misura, al fine di definire un sistema di indicatori della qualità del processo produttivo dell'indagine.

I due rapporti già presentati hanno contenuto prettamente teorico e sono finalizzati ad illustrare la metodologia degli indicatori di accuratezza delle stime di indagine (share, totale persone contattate). Il terzo rapporto avrà un contenuto sia empirico che metodologico. In esso, infatti, verranno presentati i valori numerici degli *indicatori di qualità* illustrati nei primi due rapporti e saranno avanzate le proposte per eventuali perfezionamenti metodologici.

Per quanto riguarda l'ascolto radiofonico, Audiradio ha apportato modifiche metodologiche al disegno di ricerca adottato. L'indagine, prima limitata a 72.000 interviste, è attualmente condotta su un campione di 120.000 unità ed è strutturata non più in quattro cicli, bensì in sei bimestri. A garantire una migliore rappresentazione della popolazione italiana, sono stati inclusi tra gli intervistati per via telefonica anche gli utenti che utilizzano esclusivamente il telefono mobile.

Le indicazioni contenute nell'atto di indirizzo di cui alla delibera n. 85/06/CSP e alla successiva delibera di attuazione n. 130/06/CSP sono state recepite anche nel settore della misurazione della fruizione del mezzo Internet. La società Audiweb, che prima limitava la propria attività alla pubblicazione dei dati di traffico dichiarati dagli editori, ha sviluppato un nuovo disegno di ricerca, con lo scopo di raccogliere e diffondere i dati sull'audience on line.

Per quanto riguarda la *governance*, Audiweb è strutturato sul modello di *Joint Industry Comittee*, consentendo, pertanto, la partecipazione di tutti gli operatori appartenenti ai mercati di riferimento ed alle associazioni di categoria interessate.

Anche dal punto di vista metodologico, Audiweb ha manifestato la volontà di adeguare il nuovo disegno di ricerca alle raccomandazioni formulate dall'Autorità. L'indagine si caratterizza per l'integrazione di diverse fonti. La *Ricerca di base*, quantitativa, è costituita da una serie di interviste su un campione della popolazione italiana residente. Il *Catalogo*, è invece, costituito da informazioni su tutta l'offerta editoriale disponibile su Internet ed è organizzato per gerarchie di navigazione e per categorie di contenuti editoriali. Il *Sistema censuario*, costituisce la rilevazione oggettiva e completa di tutta l'attività di Internet sui siti del catalogo tramite *feed back* tecnici verso i server di raccolta dati. Infine, il *Panel*, è la rilevazione della fruizione di Internet sui siti del catalogo da parte di campioni statisticamente rappresentativi.

Queste ultime due fonti sono oggettive, in quanto non basate sulle dichiarazioni fornite dagli utenti. Tuttavia, come indicato nella nota metodologica, esse utilizzano

differenti metodologie di rilevazione. Il *Sistema censuario* rileva, lato server, l'attività di navigazione sui siti presenti nel catalogo, mentre il *Panel* rileva la fruizione di Internet da parte del singolo navigatore facente parte del campione, attraverso un *software meter* installato sul suo computer.

L'utilizzo integrato delle due fonti – che possono dare risultati diversi - consente la rilevazione dei siti di minori dimensioni o di sezioni meno frequentate, garantendo la significatività delle misurazioni anche nei casi di estrema frammentazione dell'audience di Internet. Il raffronto tra queste diverse fonti può consentire di superare, in fase di rilevazione, il problema della significatività di "piccole audience" già riscontrato nell'analisi di altri mezzi di comunicazione.

Per quanto concerne, infine, gli indici di lettura della stampa quotidiana e periodica, l'Autorità ha preso atto delle modifiche apportate al regolamento di Audipress circa i criteri di partecipazione e di ammissione delle testate all'indagine. Precedentemente si individuava nella certificazione ADS della diffusione una condizione necessaria per l'ammissione delle testate alla rilevazione e a tale requisito Audipress, nel 2006, aveva temporaneamente derogato.

Da febbraio 2007, tutti gli editori che intendono partecipare all'indagine, compresa la cosiddetta *free press*, debbono, più semplicemente, autocertificare il numero di copie diffuse.

2.13. La tutela dei minori e della persona

L'Autorità, nell'esercizio dei compiti ad essa affidati dalla legge, pone particolare attenzione nell'assicurare il rispetto dei diritti fondamentali della persona nel settore delle comunicazioni, anche radiotelevisive. Infatti, la vigente disciplina del sistema radiotelevisivo a tutela degli utenti garantisce la trasmissione di programmi che rispettino i diritti fondamentali della persona. Sono comunque vietate le trasmissioni che contengono messaggi cifrati o di carattere subliminale o incitamenti all'odio comunque motivato o che inducono ad atteggiamenti di intolleranza basati su differenze di razza, sesso, religione o nazionalità o che, anche in relazione all'orario di trasmissione, possono nuocere allo sviluppo fisico, psichico o morale dei minori o che presentano scene di violenza gratuita o insistita o efferata ovvero pornografiche, salve le norme speciali per le trasmissioni ad accesso condizionato che comunque impongono l'adozione di un sistema di controllo specifico e selettivo. Inoltre, essa individua ulteriori precise disposizioni in materia di tutela dei minori e dei valori dello sport nella programmazione televisiva.

È comunque da sottolineare come il quadro normativo e regolamentare in materia sia stato interessato negli ultimi anni, anche grazie al contributo dell'Autorità, da rilevanti revisioni, che appaiono riflettere la crescente attenzione che la società, nelle sue molteplici espressioni, rivolge al valore della tutela dei minori, inteso quale importante principio del sistema radiotelevisivo.

Con specifico riferimento all'anno 2007, la legge 4 aprile 2007, n. 41 "Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 8 febbraio 2007, n. 8, recante misure urgenti per la prevenzione e la repressione di fenomeni di violenza connessi a competizioni calcistich" e ha introdotto alcune modifiche agli articoli 34 e 35 del Testo unico della radiotelevisione, rafforzando le tutele dei valori dello sport nella programmazione televisiva. A seguito dell'emanazione di tale legge, il 25 luglio 2007 è stato sottoscritto il Codice di autoregolamentazione dell'informazione sportiva denominato "Codice media e sport", che individua una serie di misure che emittenti e fornitori di contenuti devono osservare anche al fine di contribuire alla diffusione tra i giovani dei valori di una competizione sportiva leale e rispettosa dell'avversario, per prevenire fenomeni di violenza o di turbativa dell'ordine pubblico legati allo svolgimento di manifestazioni sportive. E' opportuno rilevare che l'iter formale di approvazione del Codice media e sport si è concluso con l'adozione, da parte del Ministro delle comunicazioni di concerto con il Ministro per le politiche giovanili e le attività sportive e con il Ministro della giustizia, del decreto 21 gennaio 2008, n. 36 che ne ha recepito le disposizioni. Il Codice è frutto dei lavori svolti dalla Commissione interministeriale appositamente costituita, alla quale hanno partecipato anche i rappresentanti dell'Autorità e contiene un complesso di regole fondate sulla autodeterminazione delle parti firmatarie 105, nel solco di una tradizione che si richiama a precedenti codici deontologici, quali la Carta di Treviso e la Carta dei doveri del giornalista, con il comune obiettivo di contrastare ogni forma di violenza nello sport ed esaltare le regole ed i principi di un corretto svol-

105 Hanno sottoscritto il Codice: AERANTI, AERANTI-CORALLO, ALPI, CNT, CONNA, CORALLO, Europa TV S.p.A., FIEG, FNSI, FRT, TELECOM ITALIA MEDIA, ORDINE DEI GIORNALISTI, PRIMA TV S.p.A., RAI, REA, RNA, RTI, SKY ITALIA e USSI.

gimento delle competizioni agonistiche delle varie discipline, in particolare di quelle calcistiche. Il controllo del rispetto del codice è affidato all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. Tale controllo si esplica nell'irrogazione delle sanzioni amministrative¹⁰⁶ nei confronti delle emittenti responsabili e in una serie di iniziative consistenti nella comunicazione delle sanzioni irrogate alle amministrazioni pubbliche per i conseguenti provvedimenti di competenza, al CONI e alle Federazioni sportive per le valutazioni in materia di accesso agli stadi e, infine, agli ordini professionali per le valutazioni in ordine alle violazioni commesse da giornalisti. A questo proposito, l'Autorità, con deliberazione n. 14/08/CSP del 31 gennaio 2008, ha tempestivamente provveduto a elaborare e adottare il regolamento sulle procedure di vigilanza e sanzionatorie relative al Codice media e sport, uniformando altresì la propria attività di vigilanza al rispetto delle disposizioni contenute nel Codice. Ha nel contempo definito i compiti dei Comitati regionali per le comunicazioni che, ai sensi dell'articolo 3 del citato regolamento, sono chiamati a svolgere funzioni di vigilanza e di segnalazione delle ipotesi di violazioni in materia.

L'Autorità, inoltre, sulla scia di quanto già avviato in altre aree di interesse afferenti alla tutela dei minori e alla garanzia dell'utenza, con delibera n. 23/07/CSP ha ritenuto di adottare un Atto di indirizzo sul rispetto dei diritti fondamentali della persona e sul divieto di trasmissioni che presentano scene pornografiche. Tale Atto di indirizzo assume una peculiare rilevanza considerato che rappresenta un tentativo di far fronte a talune difficoltà interpretative delle norme di settore. Indicando i criteri per l'individuazione dei contenuti di natura pornografica, offensivi del pudore, sembra aver già stimolato processi di cambiamento nell'ambito della programmazione televisiva locale.

In una prospettiva di rafforzamento delle attività di vigilanza dell'emittenza locale, l'Autorità ha poi istituito, al suo interno, un gruppo di lavoro interdisciplinare con l'obiettivo di definire linee-guida relative all'attribuzione delle deleghe ai Comitati regionali per le comunicazioni in materia di monitoraggio radiotelevisivo. All'esito dei lavori del citato gruppo, l'Autorità, con delibera n. 632/07/CONS del 12 dicembre 2007, ha approvato le linee-guida cui i Co.re.com devono uniformarsi nello svolgimento delle attività a loro delegate. E' da evidenziare che un capitolo del documento approvato è prettamente dedicato alla materia della tutela dei minori e della garanzia dell'utenza. Esso, tra l'altro, chiarisce molteplici aspetti relativi sia al delicato lavoro di analisi del contenuto dei programmi, sia alle procedure operative connesse alla redazione e all'inoltro delle segnalazioni. L'Autorità ha peraltro già provveduto ad avviare un processo di confronto e dialogo con i Co.re.com, ritenuto necessario ai fini dell'effettiva applicazione delle linee guida medesime.

Da evidenziare anche la partecipazione dell'Autorità ai lavori del progetto nazionale Teleduchiamoci promosso, ai sensi del decreto ministeriale 13 aprile 2006, dal Ministero della pubblica istruzione, che si è posto l'obiettivo di sensibilizzare sulle tematiche dell'uso corretto del mezzo televisivo attraverso la creazione di sinergie tra le principali agenzie di socializzazione, quali la scuola e la famiglia.

Di estremo interesse, per gli sviluppi che potrà avere anche nel nostro ordinamento interno, rivestono gli esiti dei lavori, svolti presso le competenti sedi europee, di revi-

¹⁰⁶ Nei confronti delle emittenti e dei fornitori di contenuti possono essere irrogate sanzioni amministrative consistenti nel pagamento di una somma da 25.000 a 350.000 euro, e nei casi più gravi la sospensione dell'efficacia della concessione o dell'autorizzazione da uno a dieci giorni.

sione della Direttiva "Televisione senza frontiere" 89/552/CEE del Consiglio, del 3 ottobre 1989, sull'esercizio delle attività televisive, così come modificata dalla Direttiva 97/36/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 30 giugno 1997. Dopo un lungo iter, il Parlamento europeo e il Consiglio dell'Unione europea hanno adottato, in data 11 dicembre 2007, la Direttiva 2007/65/CE tesa a consentire adattamenti del quadro normativo al fine di tener conto della diffusione delle nuove tecnologie di trasmissione di servizi di media audiovisivi. Relativamente alla materia della tutela dei minori, la Direttiva – pur garantendo un *corpus* minimo di norme poste a protezione delle persone di minore età e della dignità umana – introduce tutele differenziate per tipologia di servizio di media audiovisivo, individuando disposizioni applicabili unicamente ai servizi di media audiovisivi a richiesta e disposizioni applicabili a tutti i servizi dei media audiovisivi, incluse le comunicazioni commerciali audiovisive. Ai sensi dell'articolo 3, entro il 2009 gli Stati membri sono chiamati a mettere in vigore le disposizioni legislative, regolamentari ed amministrative necessarie per conformarsi a quanto disposto dalla Direttiva.

Infine, a completamento del quadro sinteticamente esposto, appare opportuno fornire alcuni dati relativi al lavoro di vigilanza e sanzionatorio svolto nel settore. Al riguardo, è da sottolineare che i principali fattori propulsivi dell'attività preistruttoria e procedimentale in materia sono stati rappresentati dal Comitato di applicazione del Codice di autoregolamentazione TV e minori, dal Consiglio nazionale degli utenti, dai Comitati regionali per le comunicazioni, dalla Polizia postale e delle comunicazioni, dalla Guardia di Finanza, dalle associazioni poste a tutela degli utenti, dai privati cittadini che, pur nella diversità delle funzioni e dei ruoli svolti, hanno inoltrato all'Autorità numerose segnalazioni e denunce. E' inoltre da citare il lavoro di monitoraggio d'ufficio della programmazione televisiva che ha consentito lo svolgimento del lavoro di analisi del contenuto di trasmissioni ritenute critiche sotto il profilo della tutela dei minori e l'apertura di procedimenti a carico di emittenti nazionali.

In particolare, nel periodo in esame (1 maggio 2007 – 30 aprile 2008), sono stati conclusi 57 procedimenti che hanno dato vita ai seguenti provvedimenti:

- n. 39 ordinanze ingiunzioni, di cui:
 - 2 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b) del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 (tutela minori), 1 per la violazione del Codice media e sport e n. 18 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b) del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 (tutela utenti):
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 50.000,00 (delibera n. 21/08/CSP, emittente Rai 2);
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 30.000,00 (delibera n. 68/08/CSP, emittente Lazio Channel);
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 61.980,00 (delibera n. 176/07CSP, emittente Retecapri);
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 30.000,00 per violazione del Codice media e sport in combinato disposto con l'articolo 34, comma 6bis del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 (delibera n. 109/08/CSP, emittente Retesole);
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 27.000,00 (delibera n. 107/08/CSP, emittente Nuovarete);
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 21.000,00 (delibera n. 106/08/CSP, emittente Odeon Telecentro);

- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 20.000,00 (delibera n. 190/07CSP, emittente Radio Gamma 5);
- 2 sanzioni amministrative di importo pari a euro 12.000,00 (delibera n. 150/07CSP, emittente Tele A, n. 8/08/CSP, emittente Telespazio TV Studio 3);
- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 9.000,00 (delibera n. 7/08/CSP, emittente Telespazio TV);
- 3 sanzioni amministrative di importo pari a euro 6.000,00 (delibera n. 127/07/CSP, emittente Studio TV, n. 164/07/CSP, emittente Med 1; delibera n. 191/07/CSP, emittente Tele A+);
- 5 sanzioni amministrative di importo pari a euro 3.000,00 (delibere n. 123/07/CSP, emittente Telemed, n. 124/07/CSP, emittente Med 2, n. 128/07/CSP emittente T.R.M., n. 165/07/CSP emittente Med 2, n. 31/08/CSP, emittente Rete Sette);
- 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 1.548,00 (delibera n. 157/07/CSP, emittente La 9);
- 2 sanzioni amministrative di importo pari a euro 1.032,00 (delibere n. 62/07/CSP, emittente Tele A+, n. 78/07/CSP, emittente Telecampione Tlc);
- n. 1 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera *b*) del Testo unico e articolo 1, comma 1, lettera *b*) legge 6 febbraio 2006 n. 37:
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 15.000,00 (delibera n. 63/07/CSP, emittente Super 3);
- n. 3 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b) del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 e del Codice di autoregolamentazione TV e minori in combinato disposto con l'articolo 34 comma 3 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177:
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 100.000,00 (delibera n. 143/07/CSP, emittente Rai 2);
 - 2 sanzioni amministrative di importo pari a euro 5.000,00 (delibera n. 151/07/CSP, emittente Rete Oro, delibera n. 158/07/CSP, emittente Telechiara);
- n. 3 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b) del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 e del Codice di autoregolamentazione tv e minori in combinato disposto con l'articolo 34 commi 3 e 4 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177:
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 100.000,00 (delibera n. 68/07/CSP, emittente Canale 5);
 - 2 sanzioni amministrative di importo pari a euro 25.000,00 (delibera n. 79/07/CSP, emittente Rai 1, n. 129/07/CSP, emittente Canale 5);
- n. 1 per la violazione dell'articolo del Codice di autoregolamentazione tv e minori in combinato disposto con l'articolo 34 comma 3 decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e con l'articolo 2 D.M. 218/2006:
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 200.000,00 (delibera n. 18/08/CSP, emittente Canale 5);
- n. 2 per la violazione dell'articolo del Codice di autoregolamentazione TV e minori in combinato disposto con l'articolo 34 comma 3 decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177:
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 100.000,00 (delibera n. 19/08/CSP, emittente Rai 1);
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 100.000,00 (delibera n. 20/08/CSP, emittente Rai 2);

- n. 1 per la violazione del Codice di autoregolamentazione TV e minori come disposto dall'articolo 34 commi 3 e 4 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177:
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 25.000,00 (delibera n. 137/07/CSP, emittente Canale 5);
- n. 2 per la violazione dell'articolo 34, comma 4, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177:
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 25.000,00 (delibera n. 125/07/CSP, emittente Video Uno);
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 5.000,00 (delibera n. 40/08/CSP, emittente Telesalute);
- n. 1 per la violazione del Codice di autoregolamentazione TV e minori come disposto dagli articoli 34, commi 2 e 4, del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177:
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 75.000,00 (delibera n. 108/08/CSP, emittente MTV);
- n. 4 per la violazione dell'articolo 1, comma 26, della legge 23 dicembre 1996, n. 650:
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 5.164,00 (delibera n. 384/07/CONS, emittente TCF Telecineforum);
 - 2 sanzioni amministrative di importo pari a euro 10.000,00 (delibere n. 572/07/CONS, emittente La 8, n. 33/08/CONS, emittente Telereporter);
 - 1 sanzione amministrativa di importo pari a euro 15.492,00 (delibera n. 550/07/CONS, emittente La 8);
- n. 7 archiviazioni per intervenuta oblazione per violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b) del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 - (oblazione pari a euro 1.032,00);
- n. 1 archiviazione per intervenuta oblazione per violazione dell'articolo 1, comma 26 della legge 23 dicembre 1996, n. 650 (oblazione pari a euro 5.164,00);
- n. 1 archiviazione nel merito per presunta violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b) del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177;
- n. 4 archiviazioni nel merito per presunta violazione del Codice di autoregolamentazione tv e minori come disposto dall'articolo 34 comma 3 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;
- n. 2 archiviazioni nel merito per presunta violazione del Codice di autoregolamentazione tv e minori come disposto dall'articolo 34 comma 4 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;
- n. 1 archiviazione nel merito per presunta violazione degli articoli 3 e 4, comma 1, lettera *b*) del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 e del Codice di autoregolamentazione tv e minori in combinato disposto con l'articolo 34 comma 3 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177;
- n. 1 archiviazione nel merito per presunta violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera *b*) del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177 in combinato disposto con l'articolo 34, comma 3 del decreto legislativo 31 luglio 2005 n. 177;
- n. 1 archiviazione nel merito per presunta violazione dell'articolo 34, comma 1 del Testo unico.

Dall'esame delle segnalazioni, relative a presunte violazioni alle disposizioni a tutela dei minori, sono stati, altresì, adottati:

- 35 atti di contestazione, di cui:
 - 21 per la violazione dell'articolo 4, comma 1, lettera b) del Testo unico;
 - 9 per la violazione del Codice di autoregolamentazione tv e minori e dell'articolo 10 4, comma 1, lettera b) del Testo unico in combinato disposto con l'articolo 34, comma 3;
 - 1 per la violazione del Codice di autoregolamentazione tv in combinato disposto con l'articolo 34, comma 2, del Testo unico;
 - 3 per la violazione dell'articolo 34, comma 4 del Testo unico;
 - 1 per la violazione della legge 23 dicembre 1996 n. 650.
 - 27 atti di archiviazione in via amministrativa.

Linee guida sulle modalità di rappresentazione dei procedimenti giudiziari nelle trasmissioni televisive

Dalla Relazione sull'amministrazione della giustizia nell'anno 2007 svolta dal Presidente della Corte Suprema di Cassazione Vincenzo Carbone in occasione dell'inaugurazione dell'anno giudiziario, sono emersi accenti critici sulla spettacolarizzazione dei processi in televisione.

Voci autorevoli hanno sottoscritto la critica rivolta dal Presidente ai *mass media* e ne è nato un dibattito a mezzo stampa tra coloro che stigmatizzano la consuetudine dei processi "mediatici" celebrati in televisione e alcuni professionisti dell'informazione che, invece, difendono tali trasmissioni in nome del diritto di cronaca, ritenendo che l'esposizione all'opinione pubblica dei fatti relativi ai processi sia necessaria in quanto essi costituiscono l'indicatore di un costume, di un malessere sociale, e sono rappresentativi più in generale della società.

Rispetto alla classica "cronaca giudiziaria" che rappresenta un genere da sempre presente nei palinsesti e rispondente al soddisfacimento del più generale "diritto di cronaca", i programmi televisivi del più recente periodo hanno mostrato una tendenza a trasmettere vere e proprie ricostruzioni delle vicende giudiziarie in corso, impossessandosi di schemi, riti e tesi tipicamente processuali, piuttosto che cronistici, che vengono però riprodotti con i tempi e i modi della televisione dove effetti "coloriti" o "teoremi giudiziari alternativi" prevalgono sulla sostanza, con il concreto rischio di trasformare il processo in una soap-opera ed alterare la misurata rappresentazione della verità "processuale", incidendo, così, sulle stesse garanzie processuali. L'effetto è quello di amplificare a dismisura la risonanza di iniziative processuali che, per il loro carattere solo prodromico e cautelare ben potrebbero nel prosieguo del processo anche rivelarsi infondate e finire superate.

La normativa sul sistema radiotelevisivo vigente a livello nazionale pone tra i principi fondamentali del sistema radiotelevisivo la garanzia della libertà e del pluralismo dei mezzi di comunicazione, la tutela della libertà di espressione di ogni 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, nel rispetto delle libertà e dei diritti, in particolare della dignità della persona, dell'armonico sviluppo dei minori, garantiti dalla Costituzione, dal diritto comunitario, dalle norme internazionali e dalle leggi nazionali.

A livello europeo, oltre alla direttiva TV senza Frontiere, vige la Raccomandazione (R(2003)13) adottata il 10 luglio 2003 dal Comitato dei Ministri del Consiglio d'Europa

concernente l'informazione fornita dai media in relazione ai procedimenti penali, nella quale si richiamo i principi fondamentali in materia, quali il diritto alla libera manifestazione del pensiero, il diritto di replica, il diritto ad avere un giusto processo e la tutela della vita privata e familiare e si invitano gli Stati membri a promuovere, anche attraverso gli organi di autodisciplina, il rispetto dei principi a tal fine stabiliti.

La problematica è di estrema delicatezza in quanto in essa confluisce la considerazione di plurimi valori costituzionalmente garantiti, quali la libertà di espressione e di opinione, il diritto di informare e di ricevere e comunicare informazioni – comprensivi anche del diritto di cronaca –, la presunzione di non colpevolezza e, infine, il rispetto delle libertà e dei diritti della persona *sub specie* di tutela della dignità umana e diritto al "giusto processo" tutelato dalla Convenzione europea dei diritti dell'uomo.

Pertanto, l'Autorità ha ritenuto opportuno emanare un Atto di indirizzo sulle corrette modalità di rappresentazione dei procedimenti giudiziari nelle trasmissioni radiotelevisive, approvato con delibera n. 13/08/CSP del 31 gennaio 2008. Il citato provvedimento, in considerazione della necessità che al soddisfacimento delle esigenze di correttezza nella rappresentazione dei processi in tv si proceda attraverso una responsabile scelta di autoregolamentazione degli operatori interessati, anche in considerazione del valore costituzionalmente garantito della libertà di espressione del pensiero, ha stabilito l'istituzione di un apposito tavolo tecnico presso l'Autorità, in funzione di promozione e ausilio rispetto alla elaborazione di un codice di autodisciplina, da redigersi da parte delle emittenti con il concorso dell'Ordine dei giornalisti e delle organizzazioni rappresentative della stampa.

Nello stesso tempo, al fine del corretto dispiegarsi delle dinamiche autoregolamentari, sono stati individuati – già nell'atto di indirizzo – alcuni criteri a presidio degli interessi tutelati dalle norme vigenti.

Il criteri individuati riguardano:

- la necessità di evitare un'esposizione mediatica sproporzionata, eccessiva e/o artificiosamente suggestiva delle vicende di giustizia;
- l'informazione, fermo restando il diritto di cronaca, deve fornire notizie con modalità tali da mettere in luce la valenza centrale del processo celebrato nella sua sede naturale, quale luogo deputato all'accertamento della verità;
- la cronaca giudiziaria deve sempre rispettare i principi di completezza, correttezza e imparzialità dell'informazione e di tutela della dignità umana, con una tutela rafforzata quando sono coinvolti minori;
- vanno evitate le manipolazioni che propongano una realtà virtuale del processo tale da ingenerare confusione nel telespettatore, con nocumento dei principi di lealtà e buona fede nella corretta ricostruzione degli avvenimenti;
- quando la trasmissione può inferire sui diritti della persona, l'informazione sulle vicende processuali deve svolgersi in aderenza al principio di "proporzionalità", raccordando la comunicazione al grado di sviluppo dell'iter giudiziario, e quindi al livello di attendibilità delle indicazioni disponibili sulla verità dei fatti.

Il tavolo tecnico, al quale partecipano i rappresentanti delle emittenti nazionali e locali e dei fornitori di contenuti via satellite e via cavo, l'Ordine dei giornalisti, la Federazione nazionale della stampa e sei esperti scelti dall'Autorità tra personalità indipendenti di alto prestigio in campo giuridico, della comunicazione e dei linguaggi dei

media, ha già avviato i lavori al fine della stesura del codice di autoregolamentazione che, unitamente alla normativa di rango primario ed ai criteri stabiliti dall'atto di indirizzo, costituirà la base per la vigilanza, da parte dell'Autorità, del rispetto della dignità della persona e dei minori nei programmi televisivi che si occupano di procedimenti giudiziari.

Il Registro degli operatori di comunicazione e 2.14. il catasto delle frequenze

Il 2007 ha registrato un incremento percentuale di circa il 10% di nuove iscrizioni al Registro degli operatori di comunicazione (ROC), in linea con quello registrato nell'anno precedente.

Il procedimento di iscrizione, fatta eccezione per quei casi per i quali si rende necessario richiedere integrazioni o rettifiche della documentazione trasmessa, si conclude per la maggior parte dei casi nei tempi previsti dal Regolamento.

Va, a tal riquardo, fatto osservare che l'ulteriore implementazione sul sito Internet dell'Autorità di procedure quidate per la compilazione dei modelli ed il potenziamento del servizio di call-center ha consentito di ridurre il numero di pratiche che, come detto, comportano, per integrazioni o rettifiche, tempi maggiori del termine di 60 giorni previsto da Regolamento.

La tabella 2.7 descrive la suddivisione, per attività, delle imprese iscritte al Registro.

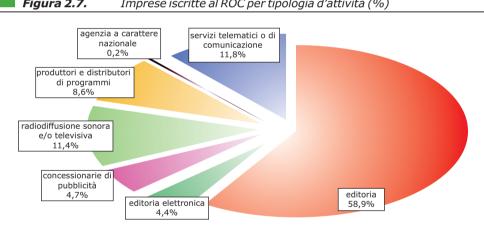


Figura 2.7. Imprese iscritte al ROC per tipologia d'attività (%)

Fonte: elaborazioni Autorità

Come si può notare, la maggior parte degli operatori iscritti è rappresentata dalle imprese editoriali che costituiscono ancora il 58,87 % del totale, valore che subisce, tuttavia, una riduzione percentuale rispetto agli anni precedenti in considerazione del fatto che i fornitori di servizi telematici e di telecomunicazioni salgono dal 9,46 % al 11,80 % (le percentuali per i rimanenti settori di attività restano pressocché invariate).

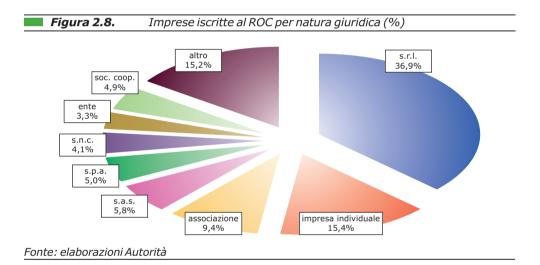
Il maggior incremento è, quindi, ancora rappresentato dal numero di richieste di iscrizione al Registro degli operatori di comunicazione da parte di imprese che offrono servizi telematici e di telecomunicazione.

Dal punto di vista amministrativo, nel corso del 2007 sono stati avviati una serie di controlli attraverso la consultazione del sistema Telemaco, uno strumento utile per una puntuale verifica, mediante estrazione di visure camerali *on line* presso le banche dati delle Camere di Commercio, delle posizioni di centinaia di soggetti iscritti al ROC o con posizioni ancora suscettibili di verifica.

Allo stato attuale, tutte le richieste di iscrizione da parte di nuovi soggetti vengono preliminarmente sottoposte a verifica nelle banche dati delle varie Camere di Commercio.

Nel corso dell'anno, attraverso tali controlli, si procederà ad aggiornare il numero dei soggetti iscritti, annotando oltre che le variazioni autonomamente comunicate dagli operatori, anche le cessazioni dalle attività registrate nel sistema camerale.

La figura seguente illustra la suddivisione delle imprese presenti nel Registro ripartite per natura giuridica dei soggetti iscritti.



Per quanto riguarda l'attività afferente al censimento delle infrastrutture di diffusione radiotelevisiva site nel territorio nazionale, avviato dal Consiglio dell'Autorità con l'approvazione della delibera n. 502/06/CONS del 2 agosto 2006 c.d. "catasto nazionale delle frequenze radiotelevisive", si fa presente che nel 2007 è stato ultimato il primo processo di acquisizione dei dati tecnici ed amministrativi trasmessi dalle emittenti televisive all'esito dell'avvio del censimento.

Ad oggi, sono stati inseriti nel *data base* interno i dati ricevuti, relativi sia alle informazioni amministrative concernenti le emittenti interessate, sia alle caratteristiche tecniche degli impianti di radiodiffusione eserciti dalle emittenti stesse.

Nello specifico, si tratta di 574 imprese radiotelevisive, 677 emittenti gestite, 20.014 impianti analogici, 3.768 impianti digitali e 263 impianti T-DAB.

Come anticipato con la precedente Relazione, è stata avviata – d'intesa con il Ministero delle Comunicazioni e la Direzione reti dell'Autorità - una significativa campagna di verifiche e di riscontri tecnico-amministrativi sul territorio in collaborazione con gli Ispettorati Territoriali e la Sezione di Polizia delle Comunicazioni presso l'Autorità.

Le verifiche hanno riguardato prevalentemente gli impianti radioelettrici serventi i principali capoluoghi di provincia, dando priorità alle province a maggiore densità abitativa, con lo specifico obiettivo di verificare l'esatta rispondenza tra quanto "autodichiarato" dalle imprese di settore e la situazione operativa in loco.

Contestualmente, presso ciascun sito visitato, si è avuto modo di "monitorare" le bande di frequenze interessate al censimento (banda III - VHF e bande IV e V in UHF) al fine di verificare l'eventuale presenza di emissioni radioelettriche non comunicate in tale sede.

In relazione a ciò occorre sottolineare l'efficace collaborazione degli Ispettorati Territoriali del Ministero delle Comunicazioni, dei quali s'è potuta apprezzare la puntuale e approfondita conoscenza delle infrastrutture sul territorio.

La campagna di controlli effettuata con la collaborazione della Sezione di Polizia delle Comunicazioni presso l'Autorità che, tra l'altro, ha consentito l'immediata segnalazione all'Autorità giudiziaria competente di fattispecie rilevanti, ha rappresentato un notevole sforzo organizzativo per l'Autorità su tutto il territorio nazionale.

Particolare attenzione è stata posta nei riguardi della situazione della Sardegna che come prima regione pilota per lo *switch-off* è stata oggetto di una più intensa attività di verifica.

Il quadro sinottico (tabella 2.27) riepilogativo degli esiti degli interventi effettuati (situazione al 20 aprile 2008) testimonia della capacità delle strutture dell'Autorità di operare sul territorio in coordinamento con le altre Amministrazioni.

Tabella 2.27. Verifiche impianti radiotelevisiviSiti radioelettrici oggetto di sopralluogo238Regioni interessate dai sopralluoghiTutteImpianti radioelettrici verificati3.200Rilievi fotografici effettuati1.827Impianti abusivi rilevati5

Fonte: Autorità

In relazione agli impianti risultati abusivi ovvero privi delle prescritte autorizzazioni, il distaccamento della Polizia Postale e delle Comunicazioni operante presso questa Autorità, di concerto con i Compartimenti di Polizia Postale territorialmente competenti ha provveduto ad interessare l'Autorità giudiziaria per presunta violazione dell'articolo 195, comma 3 del decreto presidenziale n. 156/73.

Per il 2008, d'intesa con il Ministero delle Comunicazioni e la Direzione reti e servizi di comunicazione elettronica si è proceduto a programmare una seconda fase di interventi che interesserà i siti con i relativi impianti non ancora oggetto di sopralluogo. Ciò consentirà anche in ragione della densità abitativa dell'insieme delle aree territoriali servite dagli impianti controllati, di portare ad una stima del campione pari ad oltre il 70% della popolazione residente. Allo stato attuale, in termini di copertura radioelettrica, il territorio oggetto di sopralluogo viene rappresentato a titolo indicativo nella figura 2.9.

Figura 2.9. Sopralluoghi in termini di copertura radioelettrica Fonte: Autorità

Infine, nel corso del 2007 è proseguita l'attività di collaborazione con la Presidenza del Consiglio finalizzata all'accesso degli editori alle provvidenze ovvero alle altre forme di benefici previsti dalla normativa in materia di editoria.

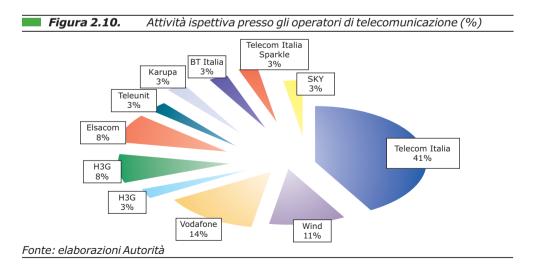
2.15. L'attività ispettiva

L'Attività ispettiva presso gli operatori di comunicazione

Nel corso del 2007 l'Autorità ha avviato, secondo le procedure definite dalla delibera n. 63/06/CONS, numerose verifiche riquardanti principalmente:

- i. gli adempimenti di Telecom Italia in materia di corretta attuazione delle politiche commerciali, nonché del rispetto delle norme del Decreto Bersani;
- ii. le modalità di utilizzo delle banche dati informatiche o cartacee in possesso di Telecom Italia, nonché il presunto, illegittimo uso di dati o informazioni disponibili presso la divisione wholesale e la direzione tecnica della società al fine di porre in essere attività finalizzate a riconquistare clienti passati ad operatori concorrenti (cd. pratiche di win-back);
- iii. le politiche commerciali, i canali di vendita dei servizi e di gestione del rapporto con la clientela, le procedure interne poste in essere dalle società di telecomunicazioni Telecom Italia, Wind, Vodafone, H3G, Elsacom, Teleunit, Karupa, BT Italia, Telecom Italia Sparkle, nonché del rispetto delle norme del Decreto Bersani;
- iv. la tempestività e l'efficacia dell'attività posta in essere dagli operatori di telecomunicazione finalizzata a ristabilire, in caso di accertata attivazione di servizi non richiesti, le condizioni contrattuali iniziali, con conseguente ristoro all'utenza degli eventuali costi impropriamente sostenuti;
- v. le modalità di addebito dei servizi a sovrapprezzo delle telefonate poste in essere dalle società di telecomunicazioni, nonché le relative modalità di accertamento della regolarità degli addebiti in bolletta.

Nel seguito, si riporta una sintesi delle attività ispettive effettuate, anche con l'ausilio della Sezione speciale di Polizia postale e delle comunicazioni e con il Nucleo speciale per la radiodiffusione e l'editoria della Guardia di Finanza nei riguardi degli operatori di telecomunicazioni nel periodo che va dal 1° aprile 2007 al 31 marzo 2008.



239

Tabella 2.28. Attività ispettiva nei riguardi degli operatori di telecomunicazioni

Società	Numero Ispezioni	Oggetto			
Telecom Italia S.p.A.	2	Rispetto norme Decreto Bersani			
Telecom Italia S.p.A.					
Telecom Italia S.p.A.	3	CPS			
Telecom Italia S.p.A.	2	ADSL			
Telecom Italia S.p.A.	3	Servizi a sovrapprezzo			
Wind	1	Rispetto norme Decreto Bersani			
Wind	3	Servizi a sovrapprezzo			
Vodafone	1	Modalità di gestione <i>mobile number portability</i> (MNP)			
Vodafone	1	Rispetto norme Decreto Bersani			
Vodafone	3	Servizi a sovrapprezzo			
H3G	1	Rispetto norme Decreto Bersani			
H3G	3	Servizi a sovrapprezzo			
Elsacom	3	Servizi a Sovrapprezzo			
Teleunit	1	Servizi a sovrapprezzo			
Karupa 1		Servizi a sovrapprezzo			
BT Italia	1	Servizi a sovrapprezzo			
Telecom Italia Sparkle	1	Servizi a sovrapprezzo			
SKY	1	Politiche ai canali di vendita e costi sostenuti			
		dall'utente in caso di recesso			
TOTALE	36				

Fonte: Autorità

L'Attività ispettiva presso gli enti pubblici

La normativa sulla pubblicità istituzionale ha da poco superato un terzo di secolo, infatti la prima organica norma in materia è l'articolo 13, della legge del 5 agosto 1981, n. 416.

Da allora, questo settore, ha subito diverse modifiche normative fino ad approdare, da ultimo, al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 il cui articolo 41 disciplina la materia della destinazione della pubblicità di amministrazione ed enti pubblici. Quest'ultima norma attribuisce all'Autorità la competenza sulla vigilanza in materia di destinazione della pubblicità di amministrazioni ed enti pubblici e l'irrogazione delle sanzioni amministrative agli enti pubblici che non abbiano rispettato l'obbligo di comunicazione dei dati e di ripartizione degli impegni di spesa per l'acquisto di spazi, destinati alla comunicazione istituzionale, sui mezzi di comunicazione di massa. Detta norma, inoltre, amplia significativamente il numero degli enti oggetto della vigilanza, includendovi tutti i comuni, le aziende sanitarie locali che gestiscono servizi per un utenza anche al di sotto dei quarantamila abitanti e gli enti pubblici economici.

L'Autorità con la delibera n. 139/05/CONS ha stabilito che le comunicazioni di cui alla citata normativa devono essere trasmesse esclusivamente per via telematica al fine di garantire l'immediata fruizione delle informazioni disponibili e agevolare l'attività di monitoraggio finalizzata alla vigilanza. Inoltre, ha messo al servizio dell'utente una serie di attività di *front office* allo scopo di agevolare gli adempimenti di legge. In tale ottica, l'Autorità ha conseguentemente provveduto ad avviare alcune proficue ini-

ziative di sensibilizzazione finalizzate al rispetto della normativa utilizzando diversi canali istituzionali e contatti con ordini professionali e associazioni di rappresentanza degli enti pubblici.

L'attività ispettiva si è articolata attraverso il controllo di diverse Regioni, Province, Comuni, AUSL e Università, anche con la collaborazione del Nucleo speciale per la radiodiffusione e l'editoria della Guardia di finanza e ha portato alla richiesta di apertura di diversi procedimenti sanzionatori.

Si ritiene opportuno riportare, di seguito, una sintesi delle attività ispettive effettuate, anche con l'ausilio del Nucleo speciale per la radiodiffusione e l'editoria della Guardia di finanza nei riguardi degli enti pubblici nel periodo che va dal 1° aprile 2007 al 31 marzo 2008.

Tabella 2.29. Attività ispettiva nei riguardi degli enti pubblic	j*
ASL Catania	1
Fiera di Genova S.p.A.	1
Università Bologna	1
Università del Molise di Campobasso	1
Università del Sannio Benevento	1
Università di Palermo	1
Università Tor Vergata Roma	1
Regione Basilicata	1
Regione Friuli Venezia Giulia	1
Provincia Avellino	1
Provincia Caserta	1
Provincia Matera	1
Provincia Napoli	1
Provincia Potenza	1
Provincia Salerno	1
Provincia Trieste	1
Provincia Udine	1
Comune di Aversa	1
Comune di Casagiove	1
Comune Caserta	1
Comune di Maddaloni	1
Comune di Marcianise	1
Comune S. Maria Capua Vetere	1
TOTALE	23

^{*} In base alla normativa sulle comunicazioni istituzionali Fonte: Autorità

Richieste di accertamenti agli organi della Polizia di Stato e della Guardia di Finanza

L'articolo 19 del Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (delibera n. 506/05/CONS), stabilisce che le richieste di accertamenti delle Direzioni dell'Autorità devono essere tra-

smesse per il tramite del Servizio ispettivo e registro al quale sono attribuite le competenze in materia di rapporti con gli organi della Polizia di Stato e della Guardia di Finanza.

Tale competenza si concretizza nell'avvalersi, per i compiti d'istituto nello specifico settore, della collaborazione del Nucleo Speciale per la radiodiffusione e l'editoria della Guardia di Finanza e della Sezione distaccata del Servizio di Polizia postale e delle comunicazioni secondo modalità appositamente concordate.

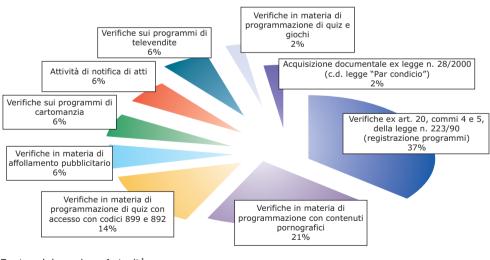
Nel corso dell'anno 2007 sono state opportunamente valutate ed inoltrate una serie di deleghe ai citati organi della Polizia di Stato e della Guardia di Finanza inerenti a 172 attività di indagine come evidenziato nel seguito.

Tabella 2.30. Attività ispettiva nei riguardi delle emittenti televisive e radiofoniche

Verifiche ex articolo 20, commi 4 e 5, della legge n. 223/90 (registrazione programmi)	30
Verifiche in materia di programmazione con contenuti pornografici	18
Verifiche in materia di programmazione di quiz con accesso con codici 899 e 892	12
Verifiche in materia di affollamento pubblicitario	5
Verifiche sui programmi di cartomanzia	5
Attività di notifica di atti	5
Verifiche sui programmi di televendite	5
Verifiche in materia di programmazione di quiz e giochi	2
Acquisizione documentale ex legge n. 28/2000 (c.d. legge "Par condicio")	2
TOTALE	84

Fonte: elaborazione Autorità

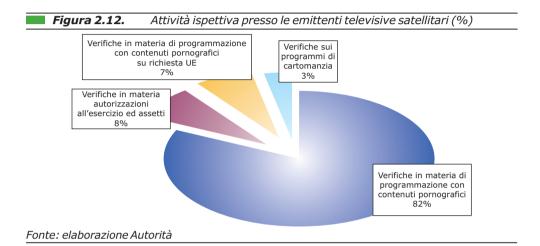
Figura 2.11. Attività ispettiva presso le emittenti televisive e radiofoniche (%)



Fonte: elaborazione Autorità

Tabella 2.31. Attività ispettiva nei riguardi delle emittenti televisive satellitariVerifiche in materia di programmazione con contenuti pornografici72Verifiche in materia autorizzazioni all'esercizio ed assetti7Verifiche in materia di programmazione con contenuti pornografici su richiesta UE6Verifiche sui programmi di cartomanzia3TOTALE88

Fonte: elaborazione Autorità



Accertamento del pagamento delle sanzioni amministrative irrogate dall'Autorità

L'articolo 9, comma 3, della delibera n. 25/07/CONS ¹⁰⁷ ha affidato al Servizio ispettivo e registro l' "... attività di accertamento del regolare pagamento da parte dei soggetti operanti nel settore delle comunicazioni delle sanzioni amministrative irrogate dall'Autorità ..." innovando, in tal modo, il sistema di competenze interne.

Tale attività – al di là del mero riscontro del regolare pagamento delle sanzioni irrogate dall'Autorità – introduce soprattutto la necessità di attivare una procedura che consenta di gestire tutti i casi in cui i soggetti, a fronte della sanzione amministrativa comminata, non provvedano a versare quanto dovuto.

In base alle nuove competenze statuite dal citato articolo 9, comma 3, i procedimenti inerenti a sanzioni amministrative irrogate, e non pagate, trattati dalle varie Direzioni dell'Autorità sono stati trasferiti al Servizio ispettivo e registro affinché fossero attivate le procedure finalizzate alla riscossione coattiva delle somme dovute.

Nell'ambito della gestione diretta, da parte del Servizio ispettivo e registro, dell'intera fase procedimentale finalizzata al recupero coattivo delle somme dovute sono stati avviati i conseguenti atti esecutivi, a norma dell'articolo 27 della legge 24 novembre 1981, n. 689, dando corso alle procedure di iscrizione a "ruolo straordinario" 108 per la somma complessiva pari ad euro 355.427,8.

¹⁰⁷ Pubblicata su Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 22 febbraio 2007, n. 44. 108 Per il tramite del gestore unico nazionale: la società Equitalia Servizi S.p.A.

2.16. I rapporti con i consumatori e gli utenti

Lo svolgimento delle competenze attribuite all'Autorità nel settore delle tutela dei consumatori e degli utenti implica lo sviluppo di attività che, nell'ambito della struttura, sono curate dalla Direzione tutela dei consumatori, appositamente costituita nell'anno 2006, e che possono essere rivolte direttamente all'utenza, creando dunque contatto e dialogo frontale fra l'istituzione e i soggetti tutelati, ovvero, alternativamente, possono essere indirizzate agli operatori di comunicazione elettronica, per raggiungere quindi l'obiettivo di tutela dell'utenza in maniera indiretta.

Fra le attività del primo gruppo rientrano, oltre ai rapporti con le associazioni di consumatori e con le associazioni rappresentative di altre particolari categorie di utenti, le procedure relative alla risoluzione delle controversie tra utenti e operatori di comunicazioni elettroniche, quelle di gestione delle segnalazioni, nonché l'ulteriore attività, attualmente in fase di implementazione, costituita dal nuovo contact center dell'Autorità, che permetterà di far fronte alle numerose istanze dell'utenza, fornendo in maniera sistematica ed organizzata risposte ed indicazioni sulle problematiche del settore.

Sono invece comprese nelle attività del secondo gruppo quelle di regolamentazione in materia di trasparenza, qualità e servizio universale, nonché le attività di vigilanza e sanzionatorie. Infatti, tramite l'approvazione di normativa di dettaglio, tipicamente elaborata sulla base delle criticità riscontrate nello svolgimento delle altre competenze, ovvero tramite la comminatoria di una sanzione adeguata nei casi di mancato rispetto delle norme da parte degli operatori, si assicura la tutela dell'utenza in un'ottica di più lungo periodo.

Per quanto concerne specificamente i rapporti con le associazioni di consumatori, nel corso dell'anno 2007 e sin dall'inizio dell'anno 2008 le riunioni del Tavolo permanente di cui alla delibera n. 662/06/CONS hanno riguardato le tematiche più importanti del settore, collegate alla recente approvazione di provvedimenti, sia legislativi che regolamentari, che hanno introdotto nuovi diritti o strumenti di tutela per l'utenza la cui vigilanza o attuazione compete all'Autorità (si pensi, ad esempio, al diritto alla restituzione del credito residuo nei contratti prepagati con gli operatori di telefonia, di reti televisive e di comunicazioni elettroniche, previsto dalla legge n. 40/2007, o alle varie modalità di blocco delle chiamate in uscita, di cui alla delibera n. 418/07/CONS, per evitare addebiti di traffico non effettuato verso numerazioni a sovrapprezzo o satellitari). Il continuo confronto con le associazioni rappresentative, quindi, si è reso necessario, e soprattutto proficuo, al fine di acquisire informazioni sulle esigenze e priorità dell'utenza, così da indirizzare l'attività dell'Autorità verso le problematiche più rilevanti.

Anche ai fini dello svolgimento dell'attività di interlocuzione e collaborazione con le associazioni è stata costituita presso la sede di Roma dell'Autorità, sin dal mese di gennaio 2008 un'apposita articolazione della Direzione, che ha tra l'altro istituito una newsletter al fine di informare tempestivamente e puntualmente le associazioni delle varie iniziative dell'Autorità di interesse per i consumatori.

Nel mese di aprile 2008, inoltre, su proposta congiunta della Direzione tutela dei consumatori e dell'Ufficio di gabinetto, l'Autorità ha approvato uno schema di Proto-

collo di intesa tra l'Autorità e il Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti (CNCU), nel quale sono rappresentate tutte le associazioni dei consumatori che risultano iscritte nell'elenco istituito presso il Ministero dello sviluppo economico di cui all'articolo 137 del Codice del consumo.

L'idea di una collaborazione strutturata tra Autorità e il CNCU, quale organo rappresentativo delle associazioni, è nata dalla consapevolezza che lo specifico settore delle comunicazioni è caratterizzato da una continua innovazione tecnologica e normativa e da una grande varietà di condizioni contrattuali ed economiche dell'offerta, così da rendere necessario un costante aggiornamento dell'azione di tutela informativa/educativa dei consumatori e degli utenti.

Gli obiettivi prefissati nello schema di Protocollo, quindi, sono rivolti in via prioritaria al miglioramento del grado di informazione dell'utenza e di quello di trasparenza, efficienza e qualità dell'offerta del mercato: lo scopo sarà anche quello di agevolare gli utenti finali nell'effettuare scelte sempre più libere e consapevoli, rimuovendo gradualmente – secondo priorità da valutare d'intesa – i possibili ostacoli alla migliore fruizione dei servizi da parte degli stessi, così da contribuire ad uno sviluppo equilibrato del mercato delle comunicazioni.

La collaborazione intende valorizzare le specifiche competenze settoriali e territoriali di tutte le associazioni, tanto nella fase di attuazione programmatica e di indirizzo, attraverso i lavori del Tavolo permanente di confronto con le associazioni dei consumatori, quanto nella fase di più diretta attuazione operativa dei progetti elaborati, che nello schema di Protocollo è demandata ad uno specifico Gruppo di lavoro congiunto (GLC) formato da personale della Direzione tutela dei consumatori e dai delegati delle singole associazioni.

Le associazioni, infatti, in virtù della loro struttura organizzativa, generalmente suddivisa in rappresentanze locali, e delle competenze acquisite grazie alla trattazione dei problemi più svariati legati al consumo, anche nei servizi di comunicazione elettronica, possono senza dubbio considerarsi soggetti idonei a perseguire capillarmente sul territorio (a livello di consumatore-utente) obiettivi di carattere educativo/informativo, di prima assistenza e consulenza, finalizzati a rendere edotti i consumatori e gli utenti sulle norme poste a tutela dei loro diritti, nonché sulle forme di tutela disponibili, sia preventive che successive e sulle relative procedure da utilizzare.

Attività risolutiva delle controversie

L'emanazione della delibera del Consiglio n. 173/07/CONS del 19 aprile 2007 che ha approvato il regolamento sulle procedure di risoluzione delle controversie tra operatori ed utenti, di modifica ed integrazione del preesistente regolamento di cui alla delibera n. 182/02/CONS del 19 giugno 2002, nel rispetto dei principi dettati dalla legge n. 249/97, ha costituito un passo in avanti verso una più incisiva tutela dell'utente.

Nel periodo di riferimento, sono pervenute alla Direzione tutela dei consumatori più di 600 richieste da parte degli utenti per l'esperimento del tentativo obbligatorio di conciliazione, ai sensi degli articoli 3, 4 e 7 del medesimo regolamento, per le quali la Direzione ha svolto una funzione informativa capillare, fornendo precise indicazioni e informazioni utili su come avviare la procedura di conciliazione nel territorio regionale di appartenenza, presso il Co.re.com. territorialmente competente oppure, ove quest'ultimo non risultasse ancora attivo, tramite gli accordi di conciliazione paritetica sti-

pulati tra singoli operatori e le Associazioni dei consumatori ovvero presso altro organismo non giurisdizionale di risoluzione delle controversie territorialmente competente in materia di consumo, che rispetti i principi sanciti dalla Raccomandazione della Commissione europea 2001/310/CE, ai sensi dell'articolo 13 del citato regolamento.

L'attività di risoluzione delle controversie, nonostante la delimitazione dell'ambito oggettivo e temporale prevista dagli articoli 2 e 14 del regolamento stesso, ha subito un incremento esponenziale: le istanze di deferimento delle controversie presentate all'Autorità presentate ai sensi dell'articolo 14 nel periodo indicato sono state, infatti, circa 800. Dalla tabella riepilogativa sotto riportata si evince, invero, l'equivalenza numerica tra le istanze pervenute nei primi quattro mesi dell'anno corrente e quelle pervenute nell'arco degli ultimi otto mesi dell'anno precedente.

Dalla disamina delle controversie pervenute alla Direzione sono emerse problematiche differenziate, afferenti non solo il servizio di telefonia vocale di base (mancata attivazione, ritardo nella stessa, ritardo nella riparazione del guasto o mancato trasloco di utenza) ed i servizi a banda larga (mancata attivazione della connessione ADSL o VoIP), ma anche relative alla tematica dei servizi non richiesti e alla casistica emergente, costituita dalla fatturazione indebita di traffico verso direttrici satellitari/internazionali e/o numeri speciali: tipologia quest'ultima che ha generato la necessità del già citato intervento in sede regolamentare (delibera n. 418/07/CONS).

In relazione agli 800 procedimenti avviati, 112 si sono conclusi con l'adozione di un provvedimento decisorio dell'Autorità e 264 con il raggiungimento di un accordo transattivo intervenuto in sede di udienza di discussione, ovvero nella fase antecedente/successiva alla medesima, con conseguente rinuncia dell'istante al prosieguo dell'iter procedimentale (cfr. tabella 2.32).

Tabella 2.32. Attività di risoluzione extragiudiziale di controversie

Concluse con						
	Pervenute	provved	imento	Concluse*	Improcedibili	In corso
	r	non luogo	definizio	ni		
	ар	provvedere	nel meri	to		
2007						
(1/5 al 31/12)	398	44	53	180**	21	157
2008						
(1/1-31/03)	400		15	84***	7	232

^{*} In udienza di discussione/accordo prima dell'udienza, rinuncia.

Fonte: elaborazione Autorità

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, invece, circa 712. In tali ipotesi, ove già attivi, sono stati interessati i Co.re.com. territorialmente competenti all'adozione del provvedimento temporaneo in materia di sospensione del servizio.

Nella quasi totalità dei casi si è verificato l'adeguamento spontaneo dell'operatore a seguito della richiesta di chiarimenti inviata; solo in 20 casi l'Autorità, chiamata a pronunciarsi in luogo del Co.re.com. privo di deleghe, ha invece dovuto procedere

^{**} Controversie concluse nel 2007 (riferite ad istanze presentate nel 2007 o precedentemente).

^{***} Controversie concluse nel 2008 (riferite ad istanze presentate nel 2008 o precedentemente).

all'adozione del provvedimento temporaneo. In 3 casi, poi, si è riscontrata la mancata ottemperanza al provvedimento temporaneo, con conseguente apertura di tre procedimenti sanzionatori per la violazione dell'articolo 1, comma 31, della legge n. 249/1997, conclusosi con delibere di ordinanza ingiunzione.

Inoltre dato che, ai sensi dell'articolo 21 del nuovo regolamento, è stata introdotta la possibilità per l'utente di chiedere alla Direzione tutela dei consumatori l'adozione dei medesimi provvedimenti temporanei non solo in pendenza del tentativo obbligatorio di conciliazione, ma anche contestualmente alla proposizione dell'istanza per la definizione della controversia o in pendenza della relativa procedura, istanze di tal genere sono pervenute in circa 30 casi per i quali gli operatori hanno provveduto a spontanei adequamenti a sequito della richiesta.

Da ultimo si segnala che, in tema di sospensione del servizio in pendenza di procedure finalizzate alla risoluzione delle controversie tra utenti e operatori di comunicazioni elettroniche, l'Autorità è recentemente intervenuta con la delibera n. 95/08/CONS che ha interpretato e integrato l'articolo 5 del regolamento citato: è stato quindi stabilito che il divieto di sospensione del servizio in caso di rituale contestazione degli addebiti da parte degli utenti vige non solo durante la pendenza delle singole, successive, fasi della procedura di contestazione (reclamo all'operatore – conciliazione obbligatoria – definizione), bensì anche nelle fasi temporali intermedie che necessariamente intercorrono tra le stesse.

Azioni e provvedimenti in tema di trasparenza, qualità e servizio universale

L'entrata in vigore della già citata legge n. 40/2007 ad aprile dell'anno 2007 (cosiddetta "legge Bersani", che ha convertito, con modifiche, il decreto legge n. 7/2007, entrato in vigore sin dal febbraio dello stesso anno) ha determinato un'intensa attività dell'Autorità sul fronte della trasparenza, anche in considerazione dell'espressa attribuzione di compiti di vigilanza per il rispetto delle nuove norme.

In particolare, per ciò che concerne la tutela dell'utenza nel settore delle comunicazioni elettroniche, la legge ha sancito a carico degli operatori, nell'ambito dei servizi prepagati, un divieto di prevedere limiti temporali massimi di utilizzo del traffico o del servizio acquistato, nonché costi fissi ad essi aggiuntivi. E' stata anche disciplinata la facoltà degli utenti, nei contratti per adesione, di recedere e di trasferire le utenze senza vincoli temporali e senza spese non giustificate da costi degli operatori, con un preavviso massimo di 30 giorni.

La legge ha inoltre previsto la possibilità per gli utenti di conoscere l'operatore che gestisce il numero chiamato, così da poter controllare la propria spesa. Al riguardo è stato avviato un apposito procedimento per la definizione delle relative modalità (delibera n. 43/07/CIR), che è attualmente ancora in corso in quanto si svolge in parallelo con il procedimento relativo alla revisione delle condizioni sulla portabilità del numero.

L'attuazione pratica delle altre disposizioni ricordate da parte dei vari operatori interessati ha comportato taluni problemi interpretativi e, pertanto, per indirizzare lo svolgimento dell'attività di vigilanza e comunque per fornire chiarimenti all'utenza sui nuovi diritti, la Direzione tutela dei consumatori, alla fine del mese di giugno 2007, ha adottato e pubblicato sul sito web dell'Autorità, con avviso in *Gazzetta Ufficiale* della

Repubblica italiana, le "Linee guida esplicative per l'attività di vigilanza da effettuare ai sensi dell'articolo 1, comma 4, della legge n. 40/2007, con particolare riferimento alle previsioni di cui all'articolo 1, commi 1 e 3, della medesima legge".

Nelle Linee guida la Direzione ha chiarito in primo luogo che le disposizioni della legge Bersani in tema di trasparenza si applicano a tutti gli operatori e che il combinato disposto dei commi 1 (sul divieto di limiti temporali di utilizzo del traffico o del servizio acquistato) e 3 (sul recesso e trasferimento delle utenze) dell'articolo 1 della legge "sancisce inequivocabilmente il diritto degli utenti al riconoscimento del credito residuo e, nel settore delle telecomunicazioni, ove ad oggi è possibile il trasferimento delle utenze, anche alla sua trasferibilità fra gli operatori in caso di portabilità del numero".

Sulla base di questa linea interpretativa, con particolare riferimento al riconoscimento del credito residuo agli utenti nei casi di recesso o di trasferimento delle utenze, nel mese di agosto 2007 l'Autorità ha diffidato (delibera n. 416/07/CONS) tutti gli operatori di telefonia mobile ad adempiere agli obblighi di cui alla legge Bersani, assegnando allo scopo un termine di 45 giorni.

A seguito della notificazione della diffida tutti gli operatori hanno adempiuto all'obbligo di restituzione in denaro del credito residuo agli utenti nei casi di recesso, prevedendo anche modalità diversificate (assegno, bonifico bancario, buoni spesa, contanti, trasferimento su SIM dello stesso gestore). Le modalità per l'adempimento relativo alla portabilità del credito in caso di MNP sono ad oggi ancora oggetto di approfondimento e dovrà essere costituito un apposito tavolo tecnico fra gli operatori. In ogni caso, il TAR del Lazio, adìto dagli operatori Telecom Italia S.p.A. e Wind Telecomunicazioni S.p.A. per l'annullamento della delibera di diffida, nel mese di febbraio 2008 ha confermato integralmente l'interpretazione della legge resa dall'Autorità ed ha quindi rigettato entrambi i ricorsi, tranne che sul punto della brevità del termine indicato per l'adempimento.

Sempre sul tema dell'obbligo di riconoscimento del credito residuo agli utenti, l'Autorità è intervenuta anche nei confronti degli operatori di servizi televisivi pay per view, all'esito di un'istruttoria svolta anche in virtù delle segnalazioni ricevute da parte delle associazioni di consumatori: con le delibere nn. 58, 59 e 60/08/CONS è stato quindi ordinato agli operatori R.T.I. S.p.A., Telecom Italia Media S.p.A. e Sky Italia S.p.A. di rispettare quanto previsto dalla legge, in pratica assicurando che gli utenti possano utilizzare senza limiti di tempo il servizio acquistato.

In tema di trasparenza l'Autorità è intervenuta anche per arginare, con due interventi fortemente innovativi, il fenomeno degli addebiti di traffico non effettuato verso numerazioni a sovrapprezzo, satellitari o comunque di non ordinario utilizzo, ed ha inoltre intensificato sensibilmente la propria attività di vigilanza, con un piano sistematico di controlli e verifiche ispettive effettuate direttamente presso le sedi degli operatori interessati.

In particolare, con il primo provvedimento (delibera n. 418/07/CONS) l'Autorità, sulla stessa linea della disciplina precedentemente approvata con decreto ministeria-le n. 145 del 2006 sui servizi a sovrapprezzo, ma con un significativo ampliamento delle norme a tutela dell'utenza, ha previsto una serie di strumenti e obblighi per il controllo della spesa.

Infatti, nonostante l'entrata in vigore del citato regolamento ministeriale, l'Autorità, così come gli organi di polizia, continuava a ricevere, migliaia di denunce per presumibili truffe o raggiri riguardanti addebiti in bolletta di chiamate non effettuate, in

particolare verso numerazioni per servizi a sovrapprezzo e numerazioni internazionali e satellitari, situazione questa evidenziata anche dalle associazioni dei consumatori nel corso delle audizioni periodiche.

Gli strumenti di tutela deliberati dall'Autorità consistono, in primo luogo, in nuove forme di blocco delle chiamate in uscita delle numerazioni a valore aggiunto, sia in modalità controllata tramite PIN, sia attraverso il blocco permanente delle numerazioni a maggior rischio, che allo scopo sono indicate in un paniere che è allegato alla delibera n. 418/07/CONS ed è suscettibile di aggiornamenti periodici, in vista delle maggiori criticità rilevate sulle numerazioni in un dato periodo. Una prima rivisitazione del paniere di numerazioni, infatti, si è già avuta con la delibera n. 201/08/CONS, che ha aggiornato l'elenco delle numerazioni da ritenere ad alta criticità ed anche parzialmente modificato il sistema del loro inserimento nel paniere, al fine di agevolarne la flessibilità rispetto ai rischi riscontrati.

Le norme, inoltre, prevedono altri strumenti di tutela, al fine di facilitare il controllo della spesa e la massima trasparenza della fatturazione: si richiede, ad esempio, di fornire agli utenti un servizio di immediato avviso telefonico gratuito, anche via sms o messaggio vocale registrato, in caso di traffico anomalo, così da agevolare il controllo dei consumi, nonché di prevedere l'immediata disattivazione dei servizi a sovrapprezzo forniti in abbonamento (in modalità *push*), con contestuale interruzione dei successivi addebiti, a fronte della semplice richiesta telefonica e telematica degli utenti, pur lasciando agli operatori la possibilità di richiedere conferma della volontà di disattivazione. Sono infine previste varie tutele informative per gli utenti e apposite forme di facilitazione dei pagamenti e di trasparenza degli addebiti per i casi di mancato rispetto della periodicità della fatturazione da parte degli operatori medesimi.

La disposizioni della delibera n. 418/07/CONS sarebbero dovute entrare in vigore nel mese di dicembre 2007, ma il TAR del Lazio, su ricorso di Telecom Italia, ne ha posticipato l'attuazione fino a che l'Autorità non avesse indicato un termine più adeguato per l'assolvimento degli adempimenti previsti, tenuto peraltro in considerazione il termine che già la ricorrente aveva avuto nel frattempo per intraprendere le relative operazioni tecniche.

L'Autorità ha stabilito i nuovi termini di attuazione con la delibera n. 97/08/CONS, prevedendo che tutte le forme di tutela previste dalla delibera n. 418/07/CONS fossero implementate entro il 31 marzo 2008, con la sola eccezione degli strumenti che necessitano operazioni tecniche di maggiore difficoltà, che sono stati fissati al 30 giugno 2008.

Con la medesima delibera, inoltre, l'Autorità, ravvisata la necessità e l'urgenza di un ulteriore intervento di prevenzione e di controllo della spesa per l'utenza residenziale, conformemente a quanto richiesto dalla maggioranza delle associazioni rappresentative dei consumatori, ha previsto che il blocco permanente delle chiamate in uscita (già disciplinato nella delibera n. 418/08/CONS) sia attivato automaticamente, per una maggiore tutela degli utenti, in tutti quei casi in cui non vi sia un'espressa richiesta in senso contrario, sulla base quindi di un meccanismo di cosiddetto silenzio-assenso.

Si tratta di un intervento che probabilmente risolverà gran parte delle contestazioni sollevate dai consumatori sui noti fenomeni degli addebiti di traffico in bolletta per servizi mai usufruiti, che si è reso necessario per realizzare un significativo livello di tutela nel settore, anche alla luce del recente ulteriore aumento dei fenomeni descritti, collegati all'uso improprio di alcune numerazioni a sovrapprezzo, internazionali e

satellitari, e dei casi di denuncia e contenzioso da essi derivanti, che hanno determinato nel periodo di riferimento un forte allarme sociale e notevoli disagi o ritardi presso tutte le camere conciliative del settore – Co.re.com., Camere di Commercio, Camere di conciliazione paritetica.

L'attivazione automatica del blocco, originariamente prevista per il 30 giugno 2008, è stata però sospesa dal TAR del Lazio (su ricorso di alcuni Centri servizi).

L'Autorità, pertanto, consapevole della fondamentale importanza dello strumento del blocco in un'ottica di massima tutela dell'utenza, ha stabilito un nuovo termine per l'attivazione automatica del blocco, fissandolo al prossimo 1 ottobre, termine che consente di fornire un'adeguata preventiva informazione agli utenti, così come indicato nella pronuncia del TAR, ed ha, quindi, deciso di rafforzare l'obbligo di tutti gli operatori di informare capillarmente i propri clienti: gli abbonati che effettivamente desiderano utilizzare i servizi a sovrapprezzo e le altre numerazioni costose saranno chiaramente edotti sulle modalità per farlo, ossia attraverso la rinuncia esplicita al blocco o la diversa scelta di un blocco a PIN realizzabile con una semplice telefonata al proprio gestore.

Inoltre anche l'Autorità realizzerà una campagna informativa (spot televisivi e via web, annunci sulla stampa e sui siti web, opuscoli, ecc.) e, a tal fine, chiederà anche la collaborazione delle associazioni dei consumatori del CNCU, con il quale, peraltro, è stato definito un protocollo d'intesa.

Per quanto riguarda invece la regolamentazione in tema di servizio universale, ma con disposizioni anche di tutela dell'utenza in generale, è di rilievo la delibera n. 514/07/CONS, che prevede nel settore della telefonia condizioni economiche agevolate per le particolari categorie degli utenti sordi e ciechi.

Oltre a confermare, come già in passato, l'esenzione – nell'ambito degli obblighi di servizio universale attualmente posti a carico di Telecom Italia S.p.A. – dal pagamento del canone di abbonamento di categoria B per gli utenti sordi, l'Autorità con la delibera citata ha disposto per gli utenti disabili misure fortemente innovative anche sulle reti mobili e sui collegamenti ad Internet, finalizzate ad attuare condizioni di uguaglianza nella fruizione dei servizi rispetto agli altri utenti.

Più specificamente, considerato che sulle reti mobili gli utenti sordi utilizzano i servizi di trasmissione dati con maggiore frequenza rispetto agli utenti non disabili, ai sensi dell'articolo 3 della delibera gli operatori di telefonia mobile sono obbligati a predisporre ogni anno per i sordi un'offerta specifica che comprenda l'invio di almeno 50 SMS gratuiti al giorno e nella quale il prezzo degli altri eventuali servizi sia il migliore sul mercato per lo stesso operatore.

Per quanto riguarda gli utenti ciechi totali, invece, sulla base della considerazione che le peculiarità della loro minorazione comportano la necessità di elevati tempi di connessione ad Internet, a causa del loro accesso sequenziale e non sintetico alle informazioni reperibili sul web, l'articolo 4 della delibera prevede che tutti gli operatori che forniscono servizi di accesso ad Internet da postazione fissa riconoscano a tali utenti 90 ore mensili di navigazione gratuita.

Nel provvedimento, inoltre, l'Autorità dispone la collaborazione tra gli operatori e le associazioni rappresentative delle categorie disabili, affinché le forme di pubblicità delle disposizioni e i moduli di accesso alle agevolazioni siano ideati e realizzati tenendo conto delle specifiche esigenze delle categorie interessate.

Per ciò che concerne il settore della qualità, invece, particolare rilevanza riveste

la delibera n. 88/07/CSP, con cui è stata approvato lo schema di direttiva in materia di qualità dei servizi di contatto (*call center*) nel settore delle comunicazioni elettroniche.

Lo schema di direttiva in questione, oggetto di consultazione pubblica, intende venire incontro alle numerose segnalazioni pervenute da parte di utenti che hanno denunciato, che sono in particolare:

- a) addebiti in bolletta di somme ingenti ed inattese, in alcuni casi di origine fraudolenta e, in altri, relative a traffico non fatturato in precedenza anche in conseguenza del mancato rispetto della periodicità della fatturazione degli importi e dell'invio delle bollette:
- b) scarsa comprensibilità della bolletta telefonica, in particolare, nel caso di adesione dell'utente ad opzioni o promozioni con le quali l'operatore, dietro corrispettivo, si impegna a fornire una quantità di servizi predeterminata;
- c) inefficienze nei servizi di contatto erogati dai *call center* degli operatori di comunicazioni elettroniche, con particolare riferimento a:
 - difficoltà nel contattare un operatore fisico e lunghi tempi di attesa;
- mancanza di certezza di presa in carico del reclamo / segnalazione / richiesta di informazione formulata dall'utente;
 - inadeguatezza delle risposte dell'operatore;
- scarsa attenzione per specifiche esigenze di comunicazione da parte di determinate categorie di utenti (ad esempio, sordi);
- mancato invio del modulo di contratto, ove previsto, e delle relative condizioni contrattuali a valle delle proposta telefonica di un servizio;
- mancata indicazione circa gli strumenti di tutela a disposizione dell'utente (carta dei servizi, conciliazione, diritto restituzione prodotto nei termini previsti dal codice del consumo).

Le finalità della predetta direttiva sono quelle di garantire standard minimi di qualità cui devono rispondere i *call center* in questione, anche tramite l'introduzione di adequati indicatori oggetto di verifiche periodiche; tra le finalità si ricordano le seguenti:

- assicurare che siano garantiti i diritti degli utenti, quando accedono ai servizi di contatto offerti dai *call center* e quando sono contattati dai medesimi;
- migliorare la qualità dei servizi di contatto *in* e *outbound* all'interno del settore delle comunicazioni elettroniche nel rispetto di standard minimi di qualità;
- garantire l'accessibilità e l'usabilità dei servizi di contatto anche da parte degli utenti sordi in ottemperanza al principio di uguaglianza di cui all'articolo 3 della Costituzione;
- garantire un tempo minimo di navigazione per accedere alla scelta "operatore umano" ossia intervallo di tempo tra il momento in cui viene completata correttamente la selezione del numero di assistenza e l'istante in cui può essere selezionata dall'utente chiamante la scelta che consente di parlare con un operatore umano;
- garantire un tempo di risposta dell'operatore umano dopo la selezione da parte dell'utente della scelta che consente di parlare con l'operatore umano ossia intervallo di tempo tra il momento in cui viene selezionata dall'utente chiamante la scelta "operatore" all'interno del sistema interattivo di risposta (IVR) di assistenza e l'istante in cui l'operatore umano risponde all'utente per fornire il servizio richiesto.

In tema di qualità dei servizi, nel 2007 è stata approvata la delibera n. 142/07/CSP concernente la "determinazione degli obiettivi di qualità del servizio universale per l'anno 2007, in attuazione dell'articolo 61, comma 4, del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259", nell'ambito della quale l'Autorità non solo ha fissato i nuovi obiettivi per l'anno 2007, che prevedono un complessivo significativo miglioramento rispetto a quelli fissati per il 2006, ma ha anche introdotto un nuovo indicatore di qualità che valuta "i tempi di risposta alle chiamate ai servizi di assistenza clienti dell'operatore per le imprese assoggettate ad obblighi di servizio universale". Tale nuovo indicatore è definito in analogia a quanto previsto dalla delibera n. 104/05/CSP relativa alla direttiva in materia di qualità e carte dei servizi di comunicazioni mobili e personali, offerti al pubblico su reti radiomobili terresti di comunicazione elettronica. Si prevede quindi di misurare il tempo minimo di navigazione su IVR per accedere alla scelta "operatore" e il tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti, nonché la percentuale di chiamate entranti in cui il tempo di risposta dell'operatore è inferiore a 20 secondi.

Successivamente, la Direzione tutela dei consumatori ha completato l'istruttoria riguardante la qualità dei servizi per l'accesso a Internet da postazione fissa, a seguito dell'emanazione della delibera n. 131/06/CSP. Sono state definite le modalità di valutazione degli indicatori di cui alla citata delibera nell'ambito dei lavori del tavolo istituito dall'Autorità, che ha visto la fattiva partecipazione oltre che degli operatori anche delle associazioni dei consumatori, dell'Istituto superiore delle comunicazioni e delle tecnologie dell'informazione del Ministero delle comunicazioni, della Fondazione Ugo Bordoni e del dipartimento INFOCOM dell'Università di Roma "La Sapienza".

Si prevede che, a breve, a seguito dell'approvazione della relativa delibera possa iniziare una prima fase in cui si potranno valutare sul territorio le reali prestazioni dei sistemi di accesso ad Internet sulla base di indicatori definiti a livello internazionale dall'ETSI, per poi successivamente estendere in via progressiva le misurazioni sul territorio nazionale e quindi anche introdurre dei sistemi di valutazione delle prestazioni da parte della clientela finale.

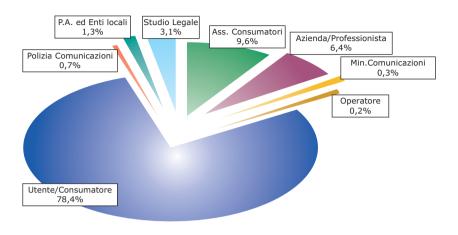
Attività di gestione delle segnalazioni e vigilanza

Durante tutto il corso dell'anno 2007 sono proseguite, in maniera intensa, le attività già iniziate nel corso dell'anno 2006 presso l'Ufficio gestione delle segnalazioni e vigilanza istituito nell'ambito della Direzione tutela dei consumatori, relative all'esame dei reclami, delle istanze e delle segnalazioni pervenute da parte degli utenti.

Alla Direzione tutela dei consumatori sono pervenute, nel periodo di riferimento, poco meno di 60.000 lettere tra denunce, segnalazioni, quesiti oltre a comunicazioni varie indirizzate agli operatori e per conoscenza all'Autorità.

L'utenza che rivolge le proprie istanze all'Autorità è composta nella maggior parte dei casi da utenti-consumatori, ma talvolta anche altri soggetti, tra i quali anche enti pubblici; tra questi, non ultimi, alcuni Uffici del difensore civico appartenenti ad Enti locali, soprattutto del Centro-Nord (Veneto e Toscana) ove tali tipi di uffici sono stati maggiormente implementati. Anche le Associazioni di Consumatori hanno segnalato numerose problematiche sia relative a questioni di carattere generale, attinenti singoli casi di propri associati.

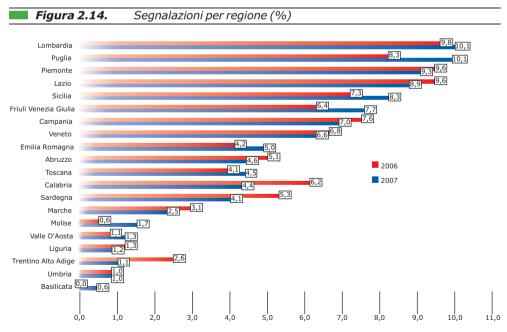
Figura 2.13. Segnalazioni per tipologia di soggetto segnalante (2007 in %)



Fonte: elaborazione Autorità

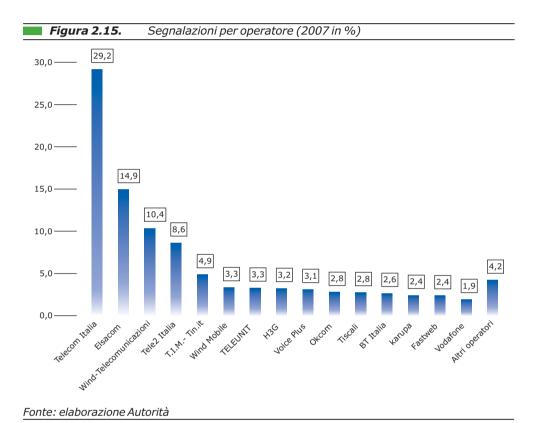
La figura 2.13 evidenzia il profilo dell'utenza che rivolge all'Autorità le proprie istanze e segnalazioni.

L'Ufficio vigilanza della Direzione tutela dei consumatori ha monitorato e trattato le istanze pervenute, anche sulla base di priorità di segnalazione e di intervento. L'analisi effettuata mostra nella figura 2.14 la suddivisione percentuale per regione di provenienza confrontata con quella relativa al 2006.



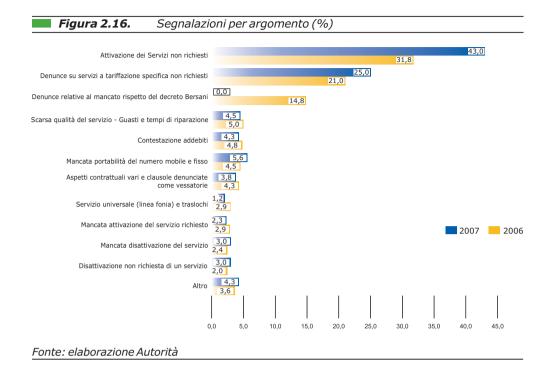
Fonte: elaborazione Autorità

Rispetto all'anno precedente, nel 2007 si è registrato un incremento delle segnalazioni di circa il 18%. La figura 2.15 mostra la suddivisione delle segnalazioni pervenute nel 2007 ripartite per operatore. Occorre rilevare che le denunce per telefonate/connessioni non riconosciute vengono effettuate, di norma, contro l'operatore d'accesso, ma devono invece essere considerate rivolte anche nei confronti dell'operatore titolare della numerazione.



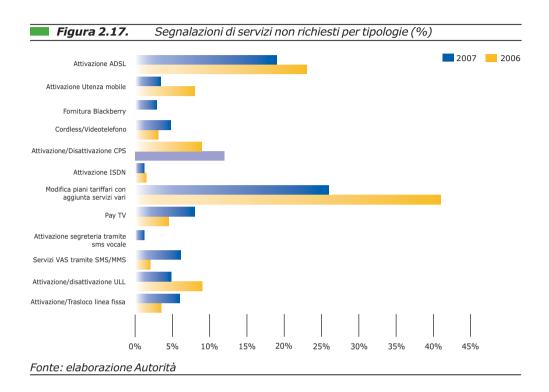
Le principali casistiche relative alle segnalazioni pervenute nel corso dell'anno 2007 sono indicate, in rapporto percentuale, nella figura che segue. Da notare, in particolare, la casistica relativa alle problematiche introdotte dal decreto Bersani, successivamente convertito nella già citata legge 40/2007. Numerose, infatti, sono state le richieste telefoniche dei cittadini volte a avere informazioni in merito sia alla abolizione delle penali per recesso contrattuale anticipato dal contratto di fornitura del servizio di comunicazione elettronica, sia all'abolizione degli oneri di ricarica per la telefonia mobile prepagata.

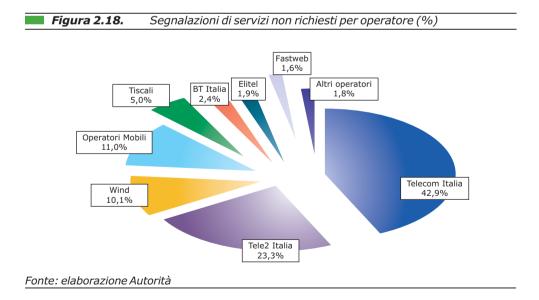
E' stato, in particolare, sottoposto ad accurato esame sistematico il fenomeno, che coglie la sensibilità di una gran massa di utenti, dell'attivazione abusiva, a carico dei medesimi utenti, di servizi accessori non richiesti, quali, ad esempio, la fornitura non richiesta dell'ADSL, l'attivazione della CPS e/o la migrazione della linea del consumatore sulla rete di altro operatore diverso dal proprio senza che ciò fosse stato esplicitamente richiesto, oltre alla casistica di modifiche unilaterali dei profili tariffari.



Tali fenomeni hanno avuto un picco intorno alla fine del 2006 e per la prima metà del 2007. Successivamente, l'intensa attività di vigilanza e sanzionatoria attuata dal-l'Autorità ha contribuito a ridurli notevolmente.

Nella figura 2.17 viene indicata la suddivisione percentuale delle denunce per attivazione di servizi non richiesti. La figura si riferisce alle casistiche ivi riportate.



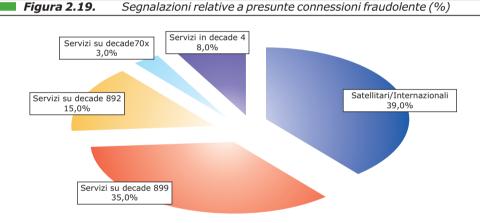


L'esame delle segnalazioni e denunce pervenute ha consentito, peraltro, l'avvio di numerosi procedimenti sanzionatori a carico dei medesimi operatori resisi responsabili di tali pratiche in danno dei consumatori/utenti.

Particolare attenzione è stata posta, inoltre, alla sempre più estesa casistica delle truffe effettuate tramite addebito agli utenti di traffico verso numerazioni non geografiche a tariffazione speciale (899, 892, 164, 166 e numerazioni satellitari internazionali), che gli utenti medesimi, nella stragrande maggioranza dei casi, dichiarano di non aver mai effettuato.

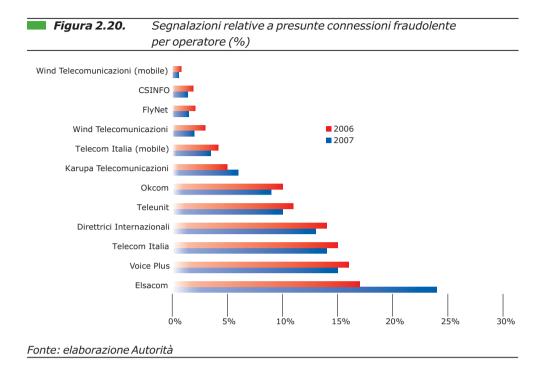
Sul punto si è già detto che l'Autorità è intervenuta con due provvedimenti (delibere n. 418/07/CONS e n. 97/08/CONS), i cui effetti però, come accennato, si svilupperanno maggiormente nel corso dei prossimi mesi, nonché con alcuni procedimenti sanzionatori di cui si tratterà nel prossimo paragrafo.

Di seguito si riporta una figura con le indicazioni statistiche relative alle contestazioni per traffico non riconosciuto, in relazione alle numerazioni interessate al fenomeno (figura 2.19).



Fonte: elaborazione Autorità

Nella figura 2.20 si riporta la suddivisione percentuale delle denunce dei consumatori per collegamenti dichiarati di origine fraudolenta su numerazioni internazionali, satellitari a valore aggiunto e tramite SMS. La figura è stata ricavata estrapolando, dalle fatture contestate dell'operatore d'accesso, le numerazioni ed i relativi operatori licenziatari titolari delle stesse. La figura mette inoltre a confronto i dati 2007 con quelli dell'anno precedente.



Attività sanzionatoria per violazione delle norme a tutela dei consumatori/utenti

Con riguardo all'attività sanzionatoria svolta dal mese di maggio 2007 al mese di aprile 2008, l'Autorità ha avviato 56 nuovi procedimenti sanzionatori inerenti alla violazione di norme a tutela degli consumatori/utenti, e ne ha conclusi 60 con provvedimento del Consiglio, dei quali 18 avviati nel corso del precedente periodo di rilevamento. Dei procedimenti definiti, 38 si sono conclusi con l'adozione di provvedimenti di ordinanza-ingiunzione, 7 hanno condotto all'archiviazione per pagamento in misura ridotta, 15 sono stati archiviati nel merito (tabella 2.33).

Le fattispecie di violazione riscontrate sono state 18, quindi in numero superiore al passato, in virtù dell'entrata in vigore delle disposizioni specifiche a tutela dell'utenza adottate a partire dagli ultimi mesi del 2006; il totale degli importi irrogati a titolo di sanzione o corrisposti a titolo di pagamento in misura ridotta è stato pari ad euro 7.864.117 (vale a dire circa il triplo degli importi di cui si è data notizia nell'ultima Relazione annuale).

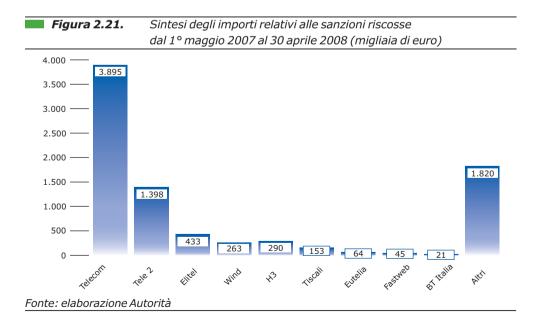
Nella figura 2.21 sono evidenziati gli importi delle sanzioni irrogate, comprensivi dei pagamenti in misura ridotta della sanzione, distinti per operatori.

Tabella 2.33. Sintesi dei procedimenti sanzionatori avviati o conclusi e relativi provvedimenti adottati (dal 1º maggio 2007 al 30 aprile 2008)

Presidio sanzionatorio	Fattispecie concreta	-	Ordinanze- Ingiunzioni	zioni	In corso	Tot.
Art. 1, comma 31, l. n.249/97	Fatturazione servizi non richiesti. Violazione articolo 7 delibera n. 179/03/CSP	_	4	1	2	7
Art. 1, comma 31, l. n.249/97	In ottemperanza a provvedimento temporaneo. Violazione articolo 5 delibera n. 182/02/CONS e del. 173/07/CONS	-	2	-	1	3
Art. 1, comma 31, l. n.249/97	Violazione articolo 5 della delibera 179/03/CSP	-	5	-	2	7
Art. 1, comma 31, l. n.249/97	Violazione articolo 8 del. n. 179/03/CSP	-	1	_	_	1
Art. 1, comma 31, l. n.249/97	Violazione articolo 4 del. 96/07/CONS	-	-	-	1	1
Art. 98, comma 9, d. l.vo n. 259/03	Mancata ottemperanza a richiesta informazioni	-	4	-	-	4
Art. 98, comma 11, d. l.vo n. 259/03	Violazione articoli 21-23 del. n. 417/06/CONS	3 –	-	-	4	4
Art. 98, comma 11, d. l.vo n. 259/03	Violazione articolo 17, del. n. 4/06/CONS	-	-	-	1	1
Art. 98, comma 11, d. l.vo n. 259/03		-	-	-	1	1
Art. 98, comma 11, d. l.vo n. 259/03	Violazione articolo 3, all.A, del.664/06/CONS	-	-	1	-	1
Art. 98, comma 13, d. l.vo n. 259/03	Attivazione CPS in assenza di volontà inequivoca dell'utente. Violazione articolo 3, all. A del. n.3/CIR/99 e articolo 3, del. n. 4/00/CIR	4	4	1	-	9
Art. 98, comma 13, d. l.vo n. 259/03	Attivazione ULL non richiesta. Violazione articolo 6 del. 2/00/CIR e articolo 4 del. 13/00/CIR	2	6	5	-	13
Art. 98, comma 16, d. l.vo n. 259/03	Mancata fornitura informazioni contrattuali. Violazione articolo 70, del d.l.vo 259/03	-	7	-	-	7

Art. 98, comma 16, d. l.vo n. 259/03	Informazioni incomplete su modifiche contrattuali. Violazione articolo 70, comma 4 d.l. vo 259/03	-	2	7	-	9
Art. 98, comma 16, d.l.vo n.259/03	Mancata informativa condizioni contrattuali. Violazione articolo 4, del. 9/06/CIR	1	_	-	-	1
Art. 98, comma 16, d.l.vo n.259/03	Mancata informativa pubblicitaria. Violazione articolo 3, del. n. 9/06/CIR	-	1	-	-	1
Art. 98, comma 16, d. l.vo n. 259/03	Sospensione del servizio in pendenza di formale reclamo. Violazione articolo 4 allegato A del. 664/06/CONS	-	1	-	-	1
Art. 98, comma 16, d. l.vo n. 259/03	Mancato rispetto dei livelli di qualità del ser- vizio universale. Viola- zione articolo 61, comma 4, d.l.vo n.259/03	-	1	-	-	1
Art. 2, comma 20, let. c), l. 481/95	Fornitura di servizi a sovrapprezzo tramite numerazioni diverse da quelle stabilite. Violazione articolo 5, del. 9/03/CIR	-	-	-	2	2
TOTALE		7	38	15	14	74

Fonte: elaborazione Autorità



Il fulcro dell'attività sanzionatoria avviata nel periodo di riferimento si è incentrato su due tematiche principali: l'attivazione di servizi non richiesti e la trasparenza delle condizioni contrattuali.

In quest'ottica, di fondamentale importanza si è rivelata l'attività di vigilanza ed ispettiva svolta dagli uffici competenti, anche in collaborazione con la Polizia postale e delle comunicazioni e con la Guardia di Finanza, sulle base delle segnalazioni degli utenti e delle associazioni dei consumatori.

In particolare, la casistica dei servizi non richiesti oggetto di contestazione può essere ricondotta a tre filoni principali: 1) attivazione arbitraria di servizi ADSL; 2) attivazione e/o disattivazione arbitraria di servizi di telefonia in modalità CPS e ULL; 3) attivazione non richiesta di servizi vari (supplementari, innovativi, teleassistenza, videotelefonino – *cordless*).

Relativamente alla seconda tematica, afferente alla trasparenza delle condizioni contrattuali, il maggior numero di procedimenti sanzionatori ha avuto a oggetto violazioni degli obblighi informativi, a carico degli operatori, con riferimento alla modifiche delle condizioni contrattuali ovvero per le condizioni applicabili alle schede internazionali.

Di recente, poi, è stata avviata una vasta azione di verifica sulla fornitura di servizi a sovrapprezzo con modalità difformi da quelle previste dal Piano nazionale di numerazione, che ha portato all'avvio di procedimenti sanzionatori nei confronti di quegli operatori che fornivano tali servizi su numerazioni diverse da quelle previste dal Piano nazionale di numerazione, ed in particolare su numerazioni destinate a servizi di comunicazioni satellitari con prefisso 00881.

Infine vanno rimarcate, in quanto registrate per la prima volta, la contestazione relativa al mancato rispetto del parametro di qualità del Servizio Universale relativo al tasso di malfunzionamento nei confronti dell'operatore designato (Telecom Italia S.p.A.), e quella relativa alla richiesta di somme a titolo di costi per recesso anticipato non giustificate, in applicazione della cosiddetta legge Bersani.

Ulteriori infrazioni sono state riscontrate con riferimento alle seguenti fattispecie:

- 1. in ottemperanza ai provvedimenti di riattivazione del servizio emessi dall'Autorità o dai Corecom. ai sensi dell'articolo 5 della delibera n. 182/02/CONS o 173/07/CONS;
 - 2. inottemperanza alle richieste dell'Autorità di fornire dati o documentazione;
- 3. inosservanza degli obblighi in materia di trasparenza tariffaria, imposti dal'articolo 4, comma 3, della delibera n. 96/07/CONS.

Gestione delle relazioni con il pubblico (URP)

Il personale applicato presso l'Ufficio gestione delle segnalazioni e vigilanza con competenze multidisciplinari (tecniche, giuridiche ed economiche di mercato), nel periodo di riferimento, ha espletato servizio diretto di assistenza agli utenti a fronte delle numerosissime richieste telefoniche pervenute nel corso dell'anno 2007, con frequenza quotidiana, da parte di utenti vari ubicati sul territorio nazionale.

L'Ufficio relazioni con il pubblico ha risposto, nel corso del 2007, a migliaia di chiamate di utenti attraverso un *call center* formato da personale operativo dell'Autorità. Il personale preposto ha provveduto a fornire una prima informativa ai richiedenti, mentre nei casi di questioni più complesse ha provveduto ad attivare un funzionario dell'Ufficio vigilanza che ha provveduto a ricontattare il cittadino fornendo le informazioni richieste.

Qui di seguito si riportano le principali casistiche oggetto delle richieste degli utenti:

- stato di avanzamento dei reclami già presentati, o modalità della presentazione degli stessi nei confronti degli operatori di comunicazioni elettroniche, fisse e mobili, presenti sul mercato;
- quesiti vari sulle diverse opzioni telefoniche e sui pacchetti tariffari presenti sul mercato;
- quesiti vari sulle opzioni tecniche per il passaggio da un operatore all'altro (CS,
 CPS ed ULL) e per la portabilità del numero fisso e mobile;
- quesiti vari sul servizio universale e sulla fruibilità della banda larga e dei servizi Internet sul territorio nazionale;
- richieste di chiarimenti vari relativi alla normativa di settore attualmente in vigore (codice del consumo, codice delle comunicazioni elettroniche, leggi, decreti e delibere dell' Autorità);
- quesiti sull'organizzazione degli Uffici periferici territoriali (Co.re.com.) e sulle procedure legali da seguire per il contenzioso e per la tutela degli utenti e dei consumatori.

Il Servizio relazioni con il pubblico potrà presto avvalersi di un servizio di contact center finalizzato a facilitare il contatto con i cittadini e l'utenza attraverso l'utilizzo di canali comunicativi alternativi (telefono, fax, mail, posta, web) per la fruizione di informazioni e servizi.

Il contact Center avrà il compito di rispondere ai bisogni di informazione dei cittadini e raccogliere le segnalazioni dell'utenza fornendo in maniera rapida ed efficiente informazioni e servizi che siano di qualità, facilmente accessibili ed effettivamente utili.

I lavori per la progettazione e la realizzazione del progetto sono in corso, e si stima che il *contact center* possa essere pienamente operativo entro la fine del corrente anno.

2.17. La tutela giurisdizionale

Dal 1º maggio 2007 al 30 aprile 2008 sono stati depositati 112 ricorsi giurisdizionali al Tribunale amministrativo regionale del Lazio avverso provvedimenti dell'Autorità dei quali 41 ricorsi in materia di telecomunicazioni, 4 in materia di parità di accesso ai mezzi di comunicazione di massa (c.d. *par condicio*), 6 in materia di organizzazione, 6 in materia di personale, 55 in materia di audiovisivo.

Nello stesso periodo sono state inoltre proposte 32 istanze cautelari, delle quali 18 sono state rigettate; ne sono state accolte 6, mentre la trattazione delle rimanenti è stata rinviata al merito. Nel merito sono stati discussi 29 ricorsi, dei quali 22 respinti e i restanti 7 accolti, dei quali 2 accolti solo parzialmente.

Nel periodo di riferimento sono stati altresì proposti 17 ricorsi in appello dinanzi al Consiglio di Stato, dei quali 6 in materia di audiovisivo, 6 in materia di telecomunicazioni, 4 in materia di personale, 1 in materia di organizzazione e funzionamento. Il Consiglio di Stato nel periodo in esame ha inoltre accolto 3 istanze di ordinanze di sospensione cautelare. Nel merito sono stati respinti 3 di tali ricorsi (con esito favorevole all'Autorità) mentre 1 è stato accolto (con esito sfavorevole all'Autorità).

Nel medesimo periodo sono stati inoltre proposti 7 ricorsi straordinari al Capo dello Stato e 9 ricorsi al Giudice Ordinario (dei quali 5 respinti).

Nel periodo citato sono intervenute rilevanti decisioni, con le quali il Giudice amministrativo ha definito controversie - anche instaurate precedentemente al periodo di riferimento – tracciando indirizzi giurisprudenziali importanti nelle materie inerenti all'attività istituzionale dell'Autorità.

In tema di comunicazioni elettroniche, sono intervenute numerose pronunce del TAR del Lazio nella materia delle "analisi di mercato" previste dagli articoli 18 e 19 del decreto legislativo n. 259/03, sentenze le quali, recando statuizioni in grandissima parte favorevoli all'Autorità, confermano ampiamente la legittimità e la correttezza dell'azione di regolamentazione *ex ante* dell'Autorità.

Con la sentenza TAR del Lazio, sezione III*ter*, 14 giugno 2007, n. 5444, il Giudice amministrativo ha confermato la propria precedente statuizione (di cui alle sentenze del 26 aprile 2007, Nn. 3701 e 3702) in ordine alla legittimità dell'obbligo, imposto dall'Autorità all'operatore dominante con la delibera n. 694/06/CONS, di fornitura del servizio di rivendita del canone all'ingrosso, nonché i servizi ad esso accessori, agli operatori concorrenti presso gli stadi di linea attualmente non aperti ai servizi di accesso disaggregato. Tale obbligo, ad avviso del Collegio giudicante, costituisce un rimedio efficace al fine di bilanciare due opposti interessi: da un lato, l'esigenza di garantire al maggior numero possibile di operatori l'accesso e la permanenza nel mercato della telefonia; dall'altro, quella di assicurare che gli investimenti nelle infrastrutture costituiscano un onere imposto non soltanto all'*incumbent*, ma anche agli operatori più piccoli che si accingono ad entrare nel mercato della telefonia.

La pronuncia ha costituito, altresì, l'occasione per l'affermazione del principio del sindacato cosiddetto debole del giudice amministrativo nei confronti delle delibere dell'Autorità in materia di analisi di mercato; il Collegio ha, infatti, affermato che la natura discrezionale dell'attività posta in essere dall'Autorità nella complessa valutazione

e ponderazione dei diversi interessi in gioco può essere sindacata in sede giurisdizionale nei ristretti limiti della illogicità ed irragionevolezza manifesta.

Le medesime considerazioni svolte nella sentenza appena segnalata si ritrovano nelle sentenze con cui il TAR del Lazio, sezione III*ter*, 24 maggio 2007, nn. 4808 e 4809, di contenuto identico tra loro, ha decretato la legittimità della delibera n. 34/06/CONS, relativa al mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso.

Ha superato brillantemente il vaglio del Giudice amministrativo, infine, anche la delibera n. 642/06/CONS, relativa al mercato della terminazione fisso-mobile, con la quale l'Autorità ha vietato a Telecom Italia di differenziare i prezzi al dettaglio a seconda dell'operatore di terminazione. Con la sentenza del TAR del Lazio, sezione III*ter*, 17 ottobre 2007, n. 9993, il Collegio giudicante ne ha, infatti, riconosciuto la legittimità argomentando dalla particolare posizione dominante mantenuta da Telecom Italia, posizione la quale legittima l'Autorità all'imposizione a suo carico degli obblighi volti a garantire la concorrenzialità con gli operatori alternativi.

In particolare, nella sentenza in argomento si è evidenziato che il vincolo – di cui all'articolo 12 della delibera dell'Autorità n. 642/06/CONS – di un tetto per il prezzo di terminazione di Telecom Italia, a fronte dell'assenza di un corrispondente e reciproco vincolo per gli operatori alternativi, è giustificato da esigenze di sviluppo della concorrenza e di sopravvivenza degli operatori non dominanti, che hanno la necessità di recuperare i propri maggiori costi, anche tramite i ricavi di interconnessione.

Infine, sotto il profilo del riparto di competenze tra l'Autorità di regolamentazione e l'Autorità Antitrust, il TAR ha rimarcato i differenti ruoli che l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e l'Autorità Antitrust svolgono, in quanto l'attività della prima è volta a garantire ex ante condizioni di mercato che possono lasciare spazio a tutti gli operatori, anche i più piccoli, mentre quella dell'Agcm è volta a sanzionare condotte anticoncorrenziali già consumatesi, al fine di ripristinare una situazione concorrenziale.

Sempre in materia di prezzi di terminazione non può obliterarsi, inoltre, la pronuncia del Consiglio di Stato, sezione VI, 21 settembre 2007, n. 4888, la quale ha confermato la legittimità delle delibere nn. 11/03/CONS e 289/03/CONS, adottate in epoca antecedente allo svolgimento dei procedimenti di analisi del mercato, con le quali l'Autorità aveva già imposto a Telecom Italia il divieto di differenziare il prezzo al pubblico a seconda della tipologia di traffico o dell'operatore di terminazione.

Il meccanismo di ripartizione del costo netto degli oneri di servizio universale continua ad essere un altro tema oggetto di contenzioso tra un solo operatore telefonico e l'Autorità.

In merito sono recentemente intervenute le significative pronunce del TAR del Lazio, III*ter*, del 16 novembre 2007 nn. 11258, 11260, 11261/2007, e, da ultimo la sentenza n. 2839/08 del 27 marzo 2008, con le quali il Giudice amministrativo conforta, con statuizioni in larghissima parte favorevoli all'Autorità, l'operato da questa svolto dal 1999 ad oggi.

Il Collegio si è espresso al riguardo su tre distinte tematiche, inerenti, rispettivamente: al principio del giusto procedimento; ai presupposti di attivazione del meccanismo di ripartizione degli oneri del servizio universale; alla metodologia di calcolo delle singole voci del costo netto.

Sul rispetto del principio del giusto procedimento il Giudice ha statuito che non esiste norma che imponga all'organo emanante di riportare nel testo della delibera finale adottata un'esposizione analitica delle argomentazioni svolte dalle parti interessa-

te nel corso del procedimento. L'orientamento della giurisprudenza amministrativa depone, infatti, nel senso che la pubblica amministrazione, nel deliberare, deve sì tener conto delle osservazioni delle parti, ma non necessariamente deve indicarle in preambolo, né tanto meno è tenuta ad esplicitare le ragioni per le quali tali osservazioni siano state eventualmente disattese.

In ordine alla sussistenza dei presupposti di attivazione del meccanismo di ripartizione degli oneri del servizio universale è stato evidenziato, in primo luogo, che non esiste norma giuridica che codifichi il divieto per gli Stati membri di coinvolgere nel finanziamento del servizio universale gli operatori di rete mobile. Inoltre, sull'esistenza di un significativo grado di sostituibilità tra telefonia fissa e mobile, il Giudice amministrativo ha precisato che la nozione di sostituibilità deve essere intesa "come possibilità che il mercato nazionale della telefonia offre agli utenti di utilizzare indifferentemente l'uno o l'altro sistema, senza dover rinunciare in modo definitivo ad uno dei due", dovendosi impostare il problema della sostituibilità "sul piano dei rapporti concorrenziali fra i due sistemi e della capacità di quello di recente ingresso sul mercato della telefonia di sottrarre clientela al gestore storico della telefonia fissa, facendo propria una notevole quantità dei quadagni che questi ricavava in un recente passato per il fatto di essere operatore eminente nell'ambito dell'unico settore all'epoca esistente (quello della telefonia fissa)". Non è in dubbio, ad avviso del Giudice di primo grado, che il raggiungimento di un buon livello di sostituibilità tra telefonia fissa e mobile "non ha bisoqno di essere comprovato con ricorso a criteri specifici, costituendo dato di comune conoscenza l'enorme e progressiva diffusione dell'uso del telefono cellulare in tutti i ceti sociali e senza limitazioni consequenti all'età anagrafica".

Per quanto concerne, infine, la metodologia adottata dall'Autorità per il calcolo del costo netto, il Giudice, nel mentre ha accolto la doglianza dell'operatore relativa al calcolo di alcune singole voci di costo inerenti all'anno 2001, ha per contro disatteso il motivo di ricorso tendente alla dichiarazione d'illegittimità di tutte le delibere che annualmente l'Autorità predispone, sotto il profilo della mancata modifica della metodologia di calcolo.

A quest'ultimo riguardo, infatti, il TAR, accogliendo le argomentazioni difensive svolte dall'Autorità, ha affermato che "appare contrario a regole di logica e a principi di certezza del diritto ipotizzare che nel corso di un procedimento preordinato al controllo contabile di costi afferenti ad un esercizio da tempo concluso si possano cambiare le regole da anni applicate senza contestazioni, e ciò solo sulla base di una nuova metodologia di calcolo suggerita da una società di revisione e alla quale non aveva mai pensato nessuna delle altre società alle quali negli anni precedenti era stato affidato identico incarico, che si deve ritenere fossero in possesso di una non minore qualificazione professionale. Metodologia di calcolo, quella suggerita da Europe Economics, talmente innovativa da comportare una riduzione pari al 75% dei costi dichiarati da Telecom e rimborsabili, con la consequenza che per anni detta società avrebbe ricevuto rimborsi miliardari per costi inesistenti o non valutabili, nonostante che essi fossero stati controllati e valutati non solo da soggetti terzi estremamente qualificati ma anche dagli stessi controinteressati, in essa ricomprendendo innanzi tutto l'odierna ricorrente. La necessità per l'Autorità di sottoporre le nuove metodologie ad un'attenta riflessione e ad un coinvolgimento di tutti i soggetti interessati nell'ambito di un processo generale di revisione di tutte le metodologie di calcolo trova conferma nel fatto che la suddetta società di revisione, forse consapevole delle responsabilità che si assumeva con il suo suggerimento, ha proceduto al controllo contabile dei dati Telecom sulla base sia del vecchio che del nuovo sistema valutativo, lasciando all'Autorità la scelta fra le due

metodologie e affidandole quindi un compito che, come esattamente rileva la stessa ricorrente, è del revisore che, se effettivamente convinto del modus procedendi da seguire, formula una sola proposta e motivatamente la sostiene di fronte al suo committente".

Sempre in tema di comunicazioni elettroniche, e segnatamente riguardo all'applicazione della legge 2 aprile 2007, n. 40, di conversione del cosiddetto decreto legge "Bersani-*bis*", il TAR Lazio, sezione III*ter*, con sentenze del 27 febbraio 2008 nn. 1773 e 1775, si è pronunciato sulla legittimità della delibera n. 416/07/CONS, con la quale l'Autorità aveva diffidato gli operatori di telefonia mobile all'adempimento dell'obbligo di riconoscimento del credito residuo.

Il Tribunale in merito ha solo parzialmente accolto i ricorsi di Wind e Telecom Italia, annullando *in parte qua* la delibera con esclusivo riguardo, tuttavia, alla congruità del termine di 45 giorni da questa assegnato agli operatori per ottemperare alla diffida, termine giudicato dal Collegio inadeguato ed irragionevole.

Sotto il profilo sostanziale, invece, il TAR ha aderito alle tesi sostenute dall'Autorità, fissando alcuni principi interpretativi dell'articolo 1 della legge n. 40/07 di particolare rilevanza.

Nel dettaglio, con riferimento all'obbligo di restituzione all'utenza del credito residuo, il Giudice amministrativo, convenendo con l'Autorità sulla natura continuata e gli effetti solo obbligatori del contratto di ricarica telefonica, ha chiarito la sussistenza dell'obbligo per gli operatori di telefonia mobile di restituzione (o trasferimento) del credito residuo, pur in difetto di un'esplicita previsione normativa che lo sancisse. Tale obbligo, ha argomentato il TAR, discende direttamente dal divieto di porre limiti temporali massimi all'utilizzo del traffico telefonico o del servizio ex articolo 1, comma 1, della legge 40/07; e la sua esistenza, del resto, non potrebbe essere negata senza con ciò frustrare l'obiettivo perseguito dalla norma, ovvero quello dell'annullamento dell'ingiustificato vantaggio economico che l'operatore ha sino ad ora tratto dalla conservazione del corrispettivo per un servizio non interamente utilizzato dal cliente nel termine inizialmente prefissato. Nell'occasione, il Giudice amministrativo ha altresì escluso che il credito residuo possa essere trattenuto dall'operatore a titolo di rimborso delle spese sostenute per la cessazione del rapporto contrattuale (che sono pressoché fisse).

In un giudizio promosso da un operatore di telecomunicazioni avverso la delibera n. 4/00/CIR, sul servizio di *carrier preselection*, lo stesso TAR Lazio, sezione III*ter*, 17 luglio 2007, n. 6500, ha riconosciuto come particolarmente grave la violazione dell'obbligo di attivazione di tale servizio, il quale richiede, tra gli altri (articolo 3, commi 1 e 2, delibera cit.), un onere di documentazione degli ordini di lavorazione, nonché la trasmissione degli stessi dall'operatore preselezionato a Telecom, al fine di garantire la libera scelta dell'abbonato di passare con altro operatore. Sulla base di tali premesse, il Tribunale ha statuito che "[...] tenendosi conto della intrinseca gravità della violazione (della predetta norma) [...], non appare sproporzionata od irragionevole la sanzione quantificata nel quadruplo del minimo".

Infine, sempre con riferimento alla materia delle comunicazioni elettroniche mette conto menzionare l'intervento verficatosi con riferimento al nuovo servizio WiMax. Con ordinanze emesse il 22 novembre 2007 e del 17 gennaio 2008 il TAR Lazio, sezione III*ter*, ha rigettato le istanze cautelari proposte dalla società MGM Productions Group S.r.l. per l'annullamento, previa sospensione dell'esecuzione, della delibera n. 209/07/CONS (con la quale l'Autorità ha definito i principi per le procedure di assegna-

zione dei diritti d'uso delle frequenze per i sistemi *BroadBand Wireless Access* nella banda a 3.5 GHz, tra cui il sistema WiMax), del bando di gara e del relativo disciplinare pubblicati dal Ministero delle comunicazioni. Alla base del provvedimento di rigetto vi è la constatazione, da parte del giudice amministrativo, della mancata sussistenza dei connotati dell'attualità del danno paventato dalla ricorrente, atteso che i provvedimenti impugnati non le inibivano la partecipazione alla gara per l'assegnazione delle licenze WiMax. Nell'occasione, il TAR ha riconosciuto l'importanza della riserva prioritaria, introdotta dalla delibera dell'Autorità e poi confermata nel bando di gara, di uno dei tre diritti d'uso delle frequenze agli operatori "nuovi entranti" e con essa, *de facto*, la valenza pro-concorrenziale della delibera dell'Autorità.

Passando a considerare la diversa materia della pubblicità radiotelevisiva, il Consiglio di Stato, sezione VI, con la sentenza 8 febbraio 2008 n. 420, respingendo l'appello avverso la pronuncia del TAR del Lazio, sezione III*ter*, n. 308/2007, ha confermato il principio, già enunciato dal Giudice di primo grado, che la competenza dell'Autorità ad emanare provvedimenti sanzionatori in materia di pubblicità televisiva occulta, esplicitamente riconosciuta dall'articolo 8, comma 2, legge 223/90 sulla disciplina del sistema radiotelevisivo (oggi trasfuso nell'articolo 4, comma 1, lettera *c*) del decreto legislativo n. 177/05, recante il Testo Unico in materia Radiotelevisiva), permane anche a seguito dell'avvento del decreto legislativo 74/1992 sulla pubblicità ingannevole. L'Alto Consesso ha ritenuto infatti di dover escludere che, in base a quest'ultima normativa, la nozione di pubblicità occulta sia stata ricompresa ed assorbita in quella di pubblicità ingannevole, di guisa da realizzare un'abrogazione tacita del predetto articolo 8, con connessa attribuzione di ogni competenza all'Autorità garante per la concorrenza ed il mercato.

Venendo alla materia della comunicazione istituzionale degli enti pubblici, con sentenza 1° aprile 2008, n. 2779, il TAR del Lazio, Sezione III*ter*, ha accolto il ricorso della Fiera di Genova S.p.A., affermando alcuni principi utili alla precisa individuazione dell'ambito di applicazione dell'articolo 41, decreto legislativo 177/2005 (Testo Unico della Radiotelevisione), che disciplina gli obblighi di destinazione in materia di comunicazione istituzionale degli enti pubblici. Il Tribunale ha riconosciuto che l'articolo 41 è applicabile anche alle società per azioni in mano pubblica, nel caso in cui queste siano connotate da significativi tratti pubblicistici tali da consentirne la qualificazione di pubbliche amministrazioni o da sottoporle comunque a disciplina speciale; al contrario, però, la norma precitata non risulta applicabile alle società per azioni in mano pubblica che si atteggino in concreto quali comuni soggetti di diritto privato, prive dei connotati dell'organismo di diritto pubblico ed operanti nel libero mercato concorrenziale.

Quanto alla materia del rilascio delle frequenze di trasmissione televisiva, il 6 maggio u.s. il Consiglio di Stato, con la pronuncia n. 2624/08, ha respinto l'appello di RTI avverso la sentenza del TAR Lazio n. 9325/04. Tale sentenza aveva affermato l'obbligo del Ministero delle Comunicazioni di pronunziarsi sulla richiesta di Europa 7 diretta ad ottenere l'assegnazione delle frequenze necessarie per consentire alla concessione a suo tempo rilasciatale di produrre i suoi effetti tipici.

La mancata attribuzione delle frequenze, ha chiarito il massimo Giudice amministrativo, non è causa di nullità della concessione. Peraltro, per il perfezionamento del titolo rilasciato a Europa 7 occorre l'adozione delle occorrenti attività attuative da parte dell'Amministrazione.

Il Consiglio di Stato ha altresì precisato che l'Amministrazione, in sede di esecu-

zione della decisione, oltre a dover tenere conto delle sopravvenienze legislative, dovrà anche dare applicazione alla sentenza della Corte di Giustizia del 31 gennaio 2008 (che dichiara illegittima la normativa nazionale la cui applicazione conduca ad una situazione in cui un operatore concessionario sia posto nell'impossibilità di trasmettere per mancata assegnazione delle frequenze).

Sulla richiesta di risarcimento del danno formulata da Europa 7 nell'ambito di un parallelo giudizio lo stesso Consiglio di Stato, con la sentenza n. 2622 del 6 maggio 2008, ha invece disposto incombenti istruttori ad ampio raggio. Il Giudice si esprimerà quindi sulla domanda solo all'esito della valutazione delle risposte che le Amministrazioni avranno fornito sui punti oggetto di richiesta di chiarimenti, ed anche alla luce dei comportamenti che nel frattempo saranno stati assunti dalle Amministrazioni in attuazione del giudicato.

Con la medesima decisione il Consiglio di Stato ha, invece, respinto l'istanza di Europa 7 di reintegrazione in forma specifica, poiché si sarebbe trattato di un rimedio avente natura risarcitoria, come tale destinato a reintegrare l'interesse del danneggiato attraverso una prestazione diversa e succedanea rispetto al contenuto del rapporto obbligatorio. Al contrario, sostiene il Consiglio di Stato, il silenzio, il ritardo o l'illegittimo diniego da parte dell'Amministrazione incidono sempre su una situazione che era e rimane insoddisfatta, per cui non vi è nulla che possa essere reintegrato. Chiarisce, infatti, il Supremo Consesso Amministrativo che, in presenza di un illegittimo diniego o di accertata spettanza del provvedimento amministrativo richiesto, il rilascio del provvedimento non costituisce una misura risarcitoria, ma la doverosa esecuzione di un obbligo che grava sull'amministrazione.

Il predetto Consiglio ha poi riconosciuto, con la decisione n. 2626 in pari data, la legittimità del rifiuto dell'Amministrazione di rilasciare una concessione all'emittente 7 plus, perché non utilmente collocata in graduatoria

In diverso - ma coevo - pronunciamento (sentenza n. 2623/08), infine, il Consiglio di Stato ha dichiarato inammissibile il ricorso presentato da Europa 7 avverso l'autorizzazione rilasciata a RTI a proseguire a trasmettere su frequenze terrestri.

Pure inammissibile, per carenza di interesse, è stato dichiarato dal Consiglio di Stato, con sentenza n. 2625/08, il ricorso presentati da RTI avverso la sentenza che dichiarava l'illegittimità del provvedimento dell'Amministrazione di rifiuto dell'assegnazione di ulteriore frequenze alla ricorrente Rete A.

2.18. La comunicazione politica

Par condicio e pluralismo dell'informazione

L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni svolge funzioni di garante del rispetto delle disposizioni vigenti in materia di propaganda ed informazione politica secondo quanto previsto dall'articolo 1, comma 6, lettera b), numero 9 della legge 31 luglio 1997, n. 249 e in materia di pluralismo dell'informazione e di tutela dei principi di correttezza, completezza, imparzialità, obiettività, lealtà dell'informazione e di apertura alle diverse opinioni e tendenze politiche ai sensi degli ex articoli 3 e 7 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (Testo unico della radiotelevisione).

Al fine di tutelare la parità di accesso ai mezzi di informazione e il corretto svolgimento della comunicazione politica l'Autorità ha compiti di vigilanza e di regolamentazione in materia, che svolge attraverso le attività di monitoraggio delle trasmissioni dell'emittenza radiotelevisiva nazionale e della stampa, come disciplinato dal legislatore con la legge 22 febbraio 2000, n. 28 (recante "Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie e per la comunicazione politica") e con il Testo unico della radiotelevisione.

L'applicazione dei regolamenti adottati dall'Autorità e dalla Commissione Parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, e l'accertamento delle eventuali violazioni culminano nell'adozione di provvedimenti sanzionatori da parte della Commissione per i servizi e i prodotti (CSP) dell'Autorità mentre l'articolazione delle attività è affidata al Servizio della comunicazione politica all'interno del quale, nei periodi elettorali, viene istituita un'apposita Unità "Par Condicio".

L'Autorità, oltre ad intervenire nell'ambito dell'emittenza radiotelevisiva nazionale privata, della stampa, e della concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo - disciplinata dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, si occupa anche dell'emittenza radiotelevisiva locale.

A tal fine, sono di ausilio nello svolgimento delle attività di vigilanza e di garanzia dell'Autorità i Comitati regionali per le comunicazioni, suoi organi funzionali, per effetto della legge n. 28 del 2000 e dell'introduzione di un intero Capo della stessa legge dedicato all'emittenza radiotelevisiva locale (legge n. 313 del 2003 e Codice di autoregolamentazione emanato con decreto del Ministro delle comunicazioni dell'8 aprile 2004).

Il sistema delle sanzioni

La legge 28 del 2000 prevede, per le violazioni della par condicio, sanzioni di tipo eminentemente "riparatorio", che mirano a ripristinare in tempi ristretti la parità di accesso all'informazione politico - elettorale per le singole fattispecie tassativamente previste:

- la comunicazione politica (essenzialmente le tribune elettorali)
- l'informazione (telegiornali e programmi di approfondimento)
- i messaggi politici autogestiti, gratuiti e a pagamento

- i messaggi politici elettorali
- i sondaggi politici ed elettorali
- la comunicazione istituzionale.

Oltre alle sanzioni riparatorie, che impongono la trasmissione di spazi con prevalente partecipazione dei soggetti politici danneggiati, è prevista 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 ulteriori provvedimenti d'urgenza per ripristinare l'equilibrio nell'accesso alla comunicazione politica.

Infine, in caso di non rispetto dei propri provvedimenti l'Autorità può applicare le sanzioni previste dall'articolo 1, commi 31 e 32 della legge 249/97 (sanzione pecuniaria da 10.330 euro a 258.230 euro e, in caso di violazione di particolare gravità o reiterata, la sospensione della concessione o autorizzazione per un periodo non superiore a sei mesi).

Completa l'apparato sanzionatorio l'applicazione delle misure amministrative pecuniarie stabilite dall'articolo 15 della legge 10 dicembre 1993, n. 515, nel testo modificato dalla legge n. 28/00: viene applicata, per effetto della legge n. 689/81, la sanzione prevista per la violazione più grave, aumentata sino al triplo, nel caso in cui con una azione od omissione si violino diverse disposizioni che prevedono, sanzioni amministrative o si commettano più violazioni della stessa disposizione.

Per la concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo l'accertamento della mancata osservanza delle disposizioni della Commissione parlamentare di vigilanza comporta 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, lettera c) n. 10, della legge n. 249/97, nonchè la verifica del rispetto del contratto di servizio.

Quanto all'emittenza radiotelevisiva locale, il citato Capo II della legge n. 28/00, introdotto a seguito del processo di autoregolamentazione, prevede misure sanzionatorie - applicate oltre che d'ufficio e su istanza del soggetto politico interessato, anche su denuncia del Consiglio nazionale degli utenti – consistenti in provvedimenti, anche in via d'urgenza, idonei ad eliminare gli effetti lesivi e a carattere compensativo, ovvero, ove non possibile, di sospensione delle trasmissioni dell'emittente televisiva per un periodo massimo di trenta giorni.

In caso di inottemperanza dei propri provvedimenti in materia di emittenza radiotelevisiva locale l'Autorità irroga la sanzione amministrativa pecuniaria da 1.000 euro a 20.000 euro.

Nell'intero arco temporale riferito al periodo dal 1º maggio 2007 al 30 aprile 2008, che ha interessato sia il periodo non elettorale, che quello relativo alle singole competizioni elettorali, sono state adottati 54 provvedimenti, sia a contenuto sanzionatorio che di natura regolamentare, come di seguito specificati.

Periodo non elettorale

Il periodo non elettorale è disciplinato dalla delibera n. 200/00/CSP del 22 giugno 2000, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione

politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione nei periodi non elettorali", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 152 del 1° luglio 2000 ed integrata dalla delibera n. 22/06/CSP del 1° febbraio 2006, recante "Disposizioni applicative delle norme e dei principi vigenti in materia di comunicazione politica e parità di accesso ai mezzi di informazione nei periodi non elettorali", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 29 del 4 febbraio 2006.

In particolare, la delibera n. 22/06/CSP assume rilevanza sotto il profilo del rafforzamento del presidio sanzionatorio nel periodo pre – elettorale, immediatamente precedente alle elezioni, attraverso il richiamo sia alle misure sanzionatorie contemplate dall'articolo 10, commi 3 e 8, della legge n. 28 del 2000, sia alle sanzioni pecuniarie di cui all'articolo 1, commi 31 e 32 della legge n. 247 del 1997.

Costituiscono normativa di disciplina del periodo non elettorale anche la delibera n. 22/07/CSP del 22 febbraio 2007, avente ad oggetto il richiamo all'osservanza dei principi vigenti in materia di parità di accesso ai mezzi di informazione nei periodi non elettorali ed il Regolamento della Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi del 18 dicembre 2002, recante "Comunicazione politica e messaggi autogestiti nei periodi non interessati da campagne elettorali o referendarie", pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 303 del 28 dicembre 2002, come modificato con deliberazione del 29 ottobre 2003, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 258 del 6 novembre 2003, che contiene le disposizioni relative alla concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo.

Per i periodi non elettorali, in assenza di specifiche previsioni, valgono i principi generali in materia di informazione dettati dagli articoli 3 e 7 del Testo unico della radiotelevisione, gli indirizzi in materia di pluralismo dettati per la Rai dalla Commissione di vigilanza nell'Atto di indirizzo dell' 11 marzo 2003, e gli indirizzi dettati dall'Autorità nella delibera n. 22/06/CSP (Tutte le trasmissioni di informazione, compresi i telegiornali, le rubriche e le trasmissioni di approfondimento devono rispettare i principi di completezza e correttezza dell'informazione, obiettività, equità, lealtà, imparzialità, pluralità dei punti di vista e parità di trattamento), richiamati nella delibera n. 22/07/CSP.

In applicazione del citato quadro normativo e regolamentare l'Autorità ha svolto 11 procedimenti, con l'adozione di altrettanti provvedimenti e precisamente:

• n. 3 richiami, di cui due alle emittenti radiotelevisive private e l'altro alla concessionaria del servizio pubblico, per il rispetto nei telegiornali e nei confronti dei segnalanti, dei principi di completezza e correttezza dell'informazione, obiettività, equità, lealtà, imparzialità, pluralità dei punti di vista tra le forze politiche in condizioni di parità di trattamento.

L'ottemperanza ai richiami dell'Autorità nei confronti dei telegiornali è verificata attraverso il monitoraggio dei programmi con applicazione, in caso di inosservanza, dei conseguenti provvedimenti (l'apparato sanzionatorio dettato dalla legge 28 del 2000, peraltro applicabile ai periodi di *par condicio*, è sprovvisto di sanzioni specifiche per i programmi di informazione. Soccorrono allora norme generalissime come quelle che sanzionano l'inottemperanza ad ordini o diffide impartite dall'Autorità, ai sensi dell'articolo 1, comma 31 della legge 249 del 1997 che prevede una sanzione da 10.330 a 258.230 euro).

• n. 2 procedimenti conclusi con delibere di ripristino in programmi di approfondimento informativo – di cui uno relativo alla concessionaria pubblica – con la previsio-

ne della partecipazione degli esponenti al fine di assicurare la parità di trattamento e la più ampia ed equilibrata presenza e possibilità di espressione ai diversi soggetti politici sui temi della prossima competizione elettorale.

L'Autorità, nel periodo di riferimento, ha, altresì, svolto un'attività atta a garantire che l'informazione da parte delle emittenti radiotelevisive nazionali si potesse svolgere nel rispetto dei principi recati dagli articoli 3 e 7 del Testo unico della radiotelevisione e della tutela dei diritti fondamentali della persona nel settore delle comunicazioni anche radiotelevisive.

A riguardo, è stato emanato l'atto di indirizzo (delibera n. 146/07/CSP) sull'informazione in materia di "elezioni primarie" per la scelta dei componenti dell'Assemblea costituente nazionale del Partito Democratico indette per il 14 ottobre 2007, nonché il relativo chiarimento interpretativo (delibera n. 156/07/CSP).

Di particolare evidenza è la delibera n. 86/07/CSP con la quale si richiama l'osservanza dei principi vigenti in materia di informazione in tema di raccolta delle firme per la promozione dei referendum popolari relativi a norme per l'elezione della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica.

Per effetto di questi provvedimenti sono state adottati n. 3 ordini di riequilibrio dell'informazione in tema di raccolta delle firme per la promozione dei referendum popolari nei confronti delle emittenti televisive in ambito nazionale, di cui uno nei confronti della concessionaria del servizio pubblico.

Periodo elettorale

Nel periodo preso a riferimento l'Autorità ha adottato 43 procedimenti per complessive 43 delibere, sanzionatorie e regolamentari, ripartiti tra le diverse competizioni elettorali.

Nel periodo maggio – giugno 2007, in occasione delle consultazioni elettorali amministrative previste l'Autorità ha emanato la delibera n. 57/07/CSP del 12 aprile 2007, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alle campagne per le elezioni comunali e provinciale della Regione Sicilia indette per i giorni 13 e 14 maggio 2007, per le elezioni comunali della Regione Valle d'Aosta indette per il giorno 20 aprile 2007 e per le elezioni comunali e provinciali indette per i giorni 27 e 28 maggio 2007", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 91 del 19 aprile 2007.

Al riguardo, sono stati adottati 2 provvedimenti, l'uno di archiviazione in materia di messaggi autogestiti a pagamento e l'altro di riscontro dell'avvenuta violazione del divieto di comunicazione istituzionale con l'ordine di pubblicazione del messaggio recante l'avvenuta violazione dell'articolo 9 della legge n. 28 del 2000.

Di rilevante applicazione nella competizione elettorale amministrativa è stato l'istituto dell'adeguamento in via compositiva agli obblighi di legge, codificato dall'Autorità nel proprio regolamento, che ha consentito ai Comitati regionali per le comunicazioni di concludere le istruttorie sommarie avviate senza formulare proposte di provvedimento all'Autorità a seguito della trasmissione degli atti, dei supporti acquisiti e dei verbali di accertamento.

Per le elezioni politiche del 13 e 14 aprile 2008 l'Autorità ha adottato due regolamenti, uno relativo alla prima fase della campagna elettorale (dalla data di convoca-

zione dei comizi fino alla data di presentazione delle candidature) e l'altro relativo alla seconda fase, quella successiva alla presentazione delle candidature. Tali regolamenti corrispondono alla delibera n. 33/08/CSP del 21 febbraio 2008, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parita' di accesso ai mezzi di informazione relative alle campagne per le elezioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica fissate per i giorni 13 e 14 aprile 2008", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 47 del 25 febbraio 2008 e alla delibera n. 42/08/CSP del 4 marzo 2008, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parita' di accesso ai mezzi di informazione relative alle campagne per le elezioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica fissate per i giorni 13 e 14 aprile 2008, nella fase successiva alla presentazione delle candidature" pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 59 del 10 marzo 2008.

L'Autorità svolge l'attività di monitoraggio delle trasmissioni televisive nazionali – contestualmente pubblicato sul sito dell'Autorità e verificati di settimana in settimana – nonché di controllo dei calendari delle trasmissioni effettuate e inviati settimanalmente dalle emittenti televisive nazionali (con l'indicazione dei temi trattati e dei soggetti invitati) unitamente all'informativa sui tempi garantiti a ciascuna forza politica nei notiziari della settimana precedente. L'aggiornamento continuo di tali dati ha consentito di accertare in tempo utile eventuali lesioni della parità di accesso ai mezzi di informazione e di avviare procedimenti istruttori, in particolar modo d'ufficio, con riferimento alle elezioni politiche.

Il monitoraggio dell'Autorità si avvale oltre che dell'attività dell'ISIMM, anche del sistema informativo interno.

In particolare, attraverso tale sistema che registra continuativamente, 24 ore su 24, per tutto l'anno, le trasmissioni di 12 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 della campagna elettorale, l'illustrazione da parte delle emittenti televisive nazionali delle principali caratteristiche delle elezioni, del sistema elettorale e delle modalità di espressione del voto, nonché per vigilare nei giorni precedenti e concomitanti con quelli delle votazioni (cosiddetto silenzio elettorale).

Le circolari e le precisazioni dell'Autorità sull'applicazione della normativa vigente e sui regolamenti hanno rafforzato l'attività di vigilanza, specie con riferimento alle corrette modalità di diffusione dei sondaggi politici ed elettorali, televisivi e a mezzo stampa.

La tipologia degli interventi dell'Autorità è stata complessa ed articolata nei contenuti, espressa con richiami, ordinanze ripristinatorie e applicazione della sanzione amministrativa pecuniaria per i profili di inottemperanza alle delibere dell'Autorità. Essa si riferisce alla definizione delle seguenti fattispecie: informazione politica, sondaggi politici ed elettorali, elezioni amministrative del 13 e 14 aprile 2008.

Relativamente all'informazione politica:

• in n. 6 fattispecie l'Autorità ha deliberato provvedimenti di ripristino, ai sensi dell'articolo 10, comma 5, legge n. 28/00 in materia di informazione nei telegiornali, ordinando la trasmissione di servizi di informazione con la partecipazione prevalente del soggetto politico denunciante nella misura necessaria al ripristino della parità di trattamento, al fine di assicurare la più ampia ed equilibrata presenza e possibilità di

espressione alle forze politiche concorrenti sui temi della competizione elettorale (in un caso solo per il ripristino della parità di trattamento tra le diverse forze politiche);

- in n. 2 fattispecie l'Autorità ha deliberato provvedimenti di ripristino, ai sensi dell'articolo 10, comma 5, legge n. 28/00 in materia di informazione nei programmi di approfondimento della concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo, nei quali assuma carattere rilevante l'esposizione di opinioni e valutazioni politico elettorali nella misura necessaria al ripristino della parità di trattamento tra le diverse forze politiche;
- in n. 1 fattispecie l'emittente televisiva privata in ambito nazionale è stata richiamata ad assicurare nei notiziari una più equilibrata presenza dei diversi soggetti politici concorrenti;
- in n. 6 fattispecie l'Autorità ha deliberato provvedimenti di ripristino, ai sensi dell'articolo 10, comma 5, legge n. 28/00 sia in materia di informazione nei telegiornali, che relativamente ai programmi di approfondimento (di cui n. 4 riferiti alla concessionaria pubblica);
- in n. 3 fattispacie l'Autorità ha deliberato provvedimenti di ripristino, ai sensi dell'articolo 10, comma 9, legge n. 28/00 per assicurare, nell'informazione dei telegiornali, il riequilibrio tra le liste PD e PDL ed un'adeguata presenza delle liste considerate nella delibera;
- in n. 1 fattispecie l'Autorità ha deliberato un provvedimento di ripristino, ai sensi dell'articolo 10, comma 9, legge n. 28/00 per assicurare il riequilibrio, con effetto immediato, tra le liste PD e PDL nell'informazione dei telegiornali;
- in n. 1 fattispecie l'Autorità ha deliberato un provvedimento di ripristino, ai sensi dell'articolo 10, comma 9, legge n. 28/00 per assicurare il riequilibrio tra le liste considerate nella delibera all'interno dell'informazione dei telegiornali;
- in n. 8 fattispecie l'Autorità ha deliberato provvedimenti di ripristino, ai sensi dell'articolo 10, comma 5, legge n. 28/00 per assicurare nei telegiornali e programmi di approfondimento il riequilibrio tra il PD e il PDL da una parte e il complesso delle altre forze politiche e un adeguato accesso all'informazione alle liste che hanno conseguito una irrilevante presenza nel complesso dell'informazione (di cui n. 3 relativi alla concessionaria pubblica e n. 3 solo riferiti ai telegiornali);
- con n. 1 provvedimento è stata applicata la sanzione amministrativa pecuniaria per l'inottemperanza nel telegiornale a precedente provvedimento, ai sensi dell'articolo 1, comma 31, della legge n. 249/97 pari a euro 100.000,00 nei confronti di un'emittente televisiva privata in ambito nazionale.

Relativamente ai sondaggi politici ed elettorali:

• con n. 1 provvedimento è stato ordinato alle emittenti radiotelevisive, alle società editrici di quotidiani e periodici e alle agenzie di stampa di rispettare il divieto di rendere pubblici o, comunque, diffondere i risultati di sondaggi demoscopici sull'esito delle elezioni e sugli orientamenti politici e di voto degli elettori, anche quando gli organi d'informazione riportano nel circuito dell'informazione radiotelevisiva, della stampa o della diffusione di notizie mediante agenzia, dichiarazioni contenenti i risultati di sondaggi rilasciate da esponenti politici o qualunque altro soggetto in qualsiasi sede.

Di particolare interesse è l'atto di richiamo (delibera n. 73/08/CSP) adottato dall'Autorità - in base ai dati riferiti alla prima settimana della seconda fase della campagna elettorale - per il riequilibrio nell'applicazione dei principi sul pluralismo dell'informazione e sulla parità di accesso ai mezzi di informazione durante la campagna per le elezioni politiche con il quale sono stati individuati i criteri sulle corrette modalità applicative dei principi sul pluralismo e sulla parità di accesso all'informazione radiotelevisiva, sulla base dei quali le emittenti televisive sono tenute al riequilibrio immediato delle presenze delle liste politiche in competizione.

Infine, relativamente alle elezioni amministrative del 13 e 14 aprile 2008:

l'Autorità ha adottato la delibera n. 34/08/CSP del 29 febbraio 2008, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alle campagne per le elezioni del Presidente e dell'Assemblea della Regione Sicilia, per le elezioni del Consiglio e del Presidente della Giunta della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia e per le elezioni comunali e provinciali indette per i giorni 13 e 14 aprile 2008, nonche' per le elezioni del Consiglio e del Presidente della Regione autonoma Valle d'Aosta indette per il giorno 25 maggio 2008", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 59 del 10 marzo 2008.

L'attività di vigilanza e garanzia dell'Autorità ha significato anche consulenza ed indirizzo nella realizzazione in concreto delle fattispecie tipiche della *par condicio*.

Nel periodo elettorale 2007 - 2008 è da evidenziare il flusso delle complesse attività procedimentali pari a circa 1.116 documenti e l'attività di pareristica svolta sulla base degli indirizzi e dei consolidati orientamenti giurisprudenziali dell'Autorità rispetto ai quesiti inoltrati attraverso il *call center* e le postazioni del personale applicato pari a circa 500 richieste, spesso con funzione di risoluzione preventiva di eventuali e futuri contenziosi.

Per far fronte a tali appuntamenti l'Autorità ha predisposto, come ogni anno un'apposita Unità "Par condicio", nell'ambito del Servizio comunicazione politica e risoluzione di conflitti di interesse.

L'Unità "Par condicio", che si avvale della collaborazione del Nucleo Speciale della Guardia di Finanza per la tutela della radiodiffusione e l'editoria, opera tutti i giorni con apposite turnazioni del personale ivi applicato ed ha il compito di curare, con gestione amministrativa unificata, le attività legate ai procedimenti durante il periodo delle consultazioni elettorali. In particolare, è deputata allo svolgimento delle sequenti attività:

- accertamento ed istruttorie, su denuncia e d'ufficio, formulando, ove necessario, le relative proposte per gli atti ed i provvedimenti da adottare alla Commissione per i servizi e i prodotti dell'Autorità;
- gestione della corrispondenza in entrata e in uscita con relativa protocollazione, trasformazione del documento cartaceo in elettronico ed inserimento in banca dati, assegnazione del documento per la relativa lavorazione ed infine archiviazione;
- gestione e coordinamento del *call center* attraverso un numero verde, operativo tutti i giorni, festivi compresi, per fornire informazioni relative alla corretta applicazione della normativa vigente nel periodo delle consultazioni elettorali e risposte simultanee a richieste di quesiti;
 - raccordo con i Comitati regionali per le comunicazioni;
- monitoraggio 24 ore su 24 delle trasmissioni televisive avvalendosi della società all'uopo incaricata nonché del sistema informativo interno.

Inoltre, l'attività di regolamentazione in materia di comunicazione politica e parità di accesso all'informazione si è articolata anche con l'adozione delle seguenti delibere aventi ad oggetto referendum:

- delibera n. 144/07/CSP del 20 settembre 2007, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parita' di accesso ai mezzi di informazione relative alla campagna per il referendum provinciale abrogativo di alcune disposizioni concernenti "pianificazione del sistema scolastico e finanziamento delle istituzioni paritarie" della legge della provincia autonoma di Trento del 7 agosto 2006, n. 5, recante "sistema educativo di istruzione e formazione del Trentino", indetto per il giorno 30 settembre 2007, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 222 del 24 settembre 2007;
- delibera n. 160/07/CSP dell'11 ottobre 2007, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alla campagna per il referendum popolare della Regione autonoma della Sardegna sulla legge regionale 7 marzo 2007 "Legge statutaria della Regione autonoma della Sardegna" indetto per il giorno 21 ottobre 2007, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 242 del 17 ottobre 2007;
- delibera n. 161/07/CSP del 25 ottobre 2007, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alle campagne per i referendum propositivi della regione Valle d'Aosta sulle proposte di leggi regionali di iniziativa popolare n. 138 (disposizioni in materia di preferenza unica nelle elezioni del consiglio regionale della Valle d'Aosta), n. 139 (disposizioni per l'elezione diretta della giunta regionale della Valle d'Aosta), n. 140 (dichiarazione preventiva delle alleanze politiche. ulteriori modificazioni alla legge regionale 12 gennaio 1993, n. 3) (norme per l'elezione del consiglio regionale della Valle d'Aosta), n. 141 (disposizioni per favorire l'equilibrio della rappresentanza tra i generi nelle elezioni del consiglio regionale della Valle d'Aosta) e n. 147 (disposizioni per la realizzazione di un unico e nuovo presidio ospedaliero regionale) indetti per il giorno 18 novembre 2007, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 256 del 3 novembre 2007.

Infine, sono state regolamentate con le seguenti delibere le fattispecie del distacco di Comuni ai sensi dell'articolo 132, secondo comma della Costituzione:

- delibera n. 67/07/CSP del 23 maggio 2007, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alle campagne per i referendum per il distacco dei Comuni di Montecopiolo e di Sassofeltrio (provincia di Pesaro e Urbino) dalla Regione Marche e la loro aggregazione alla Regione Emilia Romagna a norma dell'articolo 132, secondo comma, della Costituzione, indetti per i giorni 24 e 25 giugno 2007", pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 133 dell'11 giugno 2007;
- delibera n. 145/07/CSP del 20 settembre 2007 recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alla campagna per il referendum per il distacco del comuni di Cortina d'Ampezzo, Livinallongo del Col di Lana (provincia di Belluno) dalla Regione Veneto e la loro aggregazione alla Regione autonoma trentino Alto Adige a norma dell'articolo 132, secondo comma, della Costituzione, indetto per i giorni 28 e 29 marzo 2007", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 225 del 27 settembre 2007;

– delibera n. 28/08/CSP del 13 febbraio 2008, recante "Disposizioni di attuazione della disciplina in materia di comunicazione politica e di parità di accesso ai mezzi di informazione relative alle campagne per i referendum per il distacco del Comune di Pedemonte (VI) dalla Regione Veneto alla Regione Trentino-Alto Adige, del Comune di Sappada (BL) dalla Regione Veneto alla Regione Friuli-Venezia Giulia, del Comune di Monte Grimano Terme e del Comune di Mercatino Conca (PU) dalla Regione Marche alla Regione Emilia – Romagna a norma dell'articolo 132, secondo comma, della Costituzione, indetti per i giorni 9 e 10 marzo 2008", pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 45 del 22 febbraio 2008.

3 I rapporti istituzionali dell'Autorità

3.1. I rapporti internazionali

Il ruolo dell'Autorità nella dimensione internazionale

Nel periodo di riferimento, in una fase caratterizzata da profonde trasformazioni delle dinamiche dei mercati delle comunicazioni elettroniche e della convergenza e dal conseguente progressivo aggiornamento del contesto legislativo comunitario, l'Autorità ha intensificato il proprio impegno nel contesto istituzionale europeo ed internazionale, consolidando il proprio profilo di Autorità nazionale *leader* in ambito continentale.

Nel settore delle comunicazioni elettroniche, il periodo di riferimento è stato caratterizzato dalla concomitanza di due eventi fondamentali: a) la elaborazione da parte della Commissione europea delle proposte finali di revisione del quadro regolamentare di settore, culminata con la pubblicazione, lo scorso 13 novembre, delle proposte di emendamento delle Direttive del 2002 e di una proposta di Regolamento per la istituzione di un'Autorità europea per il mercato delle comunicazioni elettroniche (EECMA, secondo l'acronimo inglese di European Electronic Communications Market Authority); b) la prosecuzione dell'impegno dell'Autorità nell'incarico di Presidenza del Gruppo dei regolatori europei (ERG) per l'anno 2007. Tale incarico ha comportato un fortissimo coinvolgimento di tutte le strutture dell'Autorità nella gestione operativa dell'organismo e nella partecipazione alle attività tecniche dei gruppi di lavoro, nonché nel confronto con la Commissione e con tutti gli attori istituzionali e di mercato sulle principali tematiche regolamentari di settore, sia di immediata applicazione (es. la nuova disciplina europea in tema di roaming internazionale; la revisione della Raccomandazione sui mercati rilevanti; l'armonizzazione della disciplina nazionale in tema di servizi di terminazione fissa e mobile e servizi Voice over IP- VoIP), sia carattere prospettico, nell'ambito delle prospettive di riforma del quadro legislativo comunitario.

Parallelamente all'intensa attività connessa alla Presidenza ERG, sul fronte dei rapporti internazionali per il settore delle comunicazioni elettroniche sono proseguite le attività di partecipazione ai comitati settoriali operanti in ambito europeo ed internazionale e di rafforzamento dei rapporti con le varie piattaforme di settore e con le singole Autorità nazionali di regolamentazione (europee ed internazionali), attraverso incontri, scambi di informazioni, organizzazione di iniziative e partecipazione ad eventi internazionali.

In relazione al settore audiovisivo, il periodo di riferimento è stato caratterizzato dall'approvazione, nel dicembre 2007, della nuova direttiva cd. "Audiovisual Media Services" recante un sistema di norme più flessibili, ai fini del rafforzamento dell'industria audiovisiva europea e dalle prime riflessioni, tuttora in corso, in merito alle tematiche connesse alla implementazione.

L'Autorità ha proseguito nell'attiva partecipazione all'European Platform of Regulatory Authorities (EPRA), l'organismo che raccoglie 51 regolatori del settore audiovisivo di 42 Paesi ed ha rafforzato il proprio impegno nella governance dell'organismo, assumendo l'incarico di vice-presidenza, nella persona del Commissario Sebastiano Sortino. Nell'intento di sviluppare un canale privilegiato di comunicazione tra i mondi, sempre più convergenti, delle comunicazioni elettroniche e dell'audiovisivo, l'Autorità ha inoltre organizzato a Capri, il 18 e 19 ottobre 2007, un workshop sui temi della con-

vergenza, invitando, per la prima volta insieme, esponenti dell'ERG e dell'EPRA per discutere su argomenti di interesse comune.

Analogo impegno è stato dedicato alla piattaforma che raccoglie i Regolatori dell'audiovisivo dell'area mediterranea (del *Réseau Méditerranéennes*), di cui il Presidente Corrado Calabrò assumerà l'incarico di Presidenza alla fine del 2008.

L'Autorità ha infine proseguito nel costante impegno di collaborazione con le altre Autorità di Stati membri dell'Unione europea, ai fini della promozione di un quadro regolamentare sempre più coerente ed armonizzato e del perseguimento dell'obiettivo del Mercato interno, e nelle attività connesse agli accordi bilaterali ed ai progetti di gemellaggio in corso con organismi ed Autorità di Paesi extra-europei, al fine di promuovere il modello regolamentare europeo anche al di fuori dei confini continentali.

A tale riguardo, si segnalano in particolare, nel periodo di riferimento, le iniziative assunte (e tuttora in corso) per la costituzione di una piattaforma di regolatori del bacino mediterraneo nelle comunicazioni elettroniche e l'aggiudicazione, in partnership con l'Autorità tedesca BNetzA, di un impegnativo progetto di gemellaggio di 24 mesi, finanziato dalla Commissione europea, a favore dell'Autorità egiziana nel settore delle comunicazioni elettroniche – NTRA.

Le comunicazioni elettroniche

Come sopra accennato, una parte estremamente significativa e qualificante dell'impegno profuso dall'Autorità sul versante internazionale è rappresentata dai compiti istituzionali assolti e dalle numerose iniziative intraprese nell'ambito della Presidenza ERG per il 2007.

Nel corso della seconda metà del 2007, le attività dell'ERG sono state concentrate sullo sviluppo dei tre pilastri del programma di lavoro annuale definito ad inizio anno: 1) l'analisi delle prospettive di riforma regolamentare di settore e la fornitura di opinioni di natura tecnico-regolamentare alla Commissione, nell'espletamento dei compiti assegnati all'ERG dall'articolo 3, comma 1, della Decisione istitutiva n. 627/2002/EC); b) l'adozione di linee guida regolamentari sui principali temi regolamentari (le cosiddette Posizioni Comuni), destinate a rafforzare il grado di armonizzazione regolamentare in ambito europeo; c) l'approfondimento di temi di particolare impatto innovativo e strategico; su tutti quelli della convergenza e dello sviluppo delle reti di nuova generazione in un contesto concorrenziale. Parallelamente al ruolo di iniziativa e coordinamento, direttamente connesso all'incarico di Presidenza, delle attività relative al programma di lavoro annuale, l'Autorità ha confermato il proprio impegno diretto nelle attività di elaborazione tecnica di programma di lavoro, sia partecipando attivamente a tutti i gruppi di lavoro, sia assumendo (o confermando) incarichi di coordinamento di alcuni tra i principali filoni d'attività (revisione del quadro legislativo e istituzionale; servizi VoIP - Voice over Internet Protocol, terminazione fissa).

L'incarico di Presidenza dell'ERG nel corso del 2007 ha assunto peraltro un particolare significato alla luce dell'evoluzione del dibattito sviluppatosi in sede europea in
merito al processo di revisione del quadro legislativo di settore; ciò ha infatti collocato
l'ERG in una posizione chiave del contesto istituzionale, attesa la sua natura formale di
organo consultivo della Commissione sui temi regolamentari e, soprattutto, la sua
caratterizzazione come organismo depositario dell'esperienza collettiva delle Autorità nazionali impegnate nell'applicazione quotidiana della normativa di settore.

Il lavoro avviato nel primo semestre del 2007 dall'Autorità è stato efficacemente portato avanti e concluso in un contesto istituzionale caratterizzato da un'articolata e proficua dialettica ERG, Autorità nazionali e Commissione, sviluppatasi a valle degli esiti della consultazione pubblica europea del 2006. Alla fine del 2006, infatti, la Commissione ha avviato un confronto bilaterale con l'ERG sui principali temi oggetto di riforma (rafforzamento dell'indipendenza delle Autorità nazionali; nuova distribuzione dei poteri regolamentari e proposta di un'Autorità europea di settore; esigenze regolamentari connesse all'evoluzione tecnologica; separazione funzionale....).

L'ERG, con il coordinamento della Presidenza dell'Autorità, è stata in grado di esprimere un punto di vista unanime su tutti i temi citati, attraverso una serie di documenti ufficiali.

E' stata naturalmente accolta con estremo favore la proposta della Commissione di rafforzare l'indipendenza delle Autorità nazionali di settore, segnalando in particolare l'esigenza di una piena indipendenza di tali organismi dalla politica (ciò costituisce tuttora un problema in alcuni Stati membri) ed introducendo specifiche modifiche al testo della Direttiva 2002/21/EC, cd. Direttiva Quadro, finalizzate a rafforzare in concreto il carattere d'indipendenza e le condizioni di pratica operatività delle Autorità nazionali.

In merito alle proposte di ampliamento dei poteri della Commissione (in particolare, attraverso l'estensione di un potere di veto sulle decisioni nazionali in tema di *remedies*) e di istituzione di un'Autorità europea di settore, alla lettera inviata dall'ERG al Commissario Reding il 27 Febbraio 2007 (sulla quale si veda quanto riportato nella precedente edizione della Relazione annuale dell'Agcom) ha fatto seguito, il 6 Novembre 2007, una seconda lettera dell'ERG in cui risultano delineate con maggior dettaglio alcune ipotesi istituzionali e procedimentali alternative alle proposte della Commissione, costruite intorno ad un rafforzamento del profilo istituzionale e operativo dell'ERG e al riconoscimento di un suo ruolo formale nell'ambito della procedura di analisi dei mercati nazionali, di cui all'articolo 7 Direttiva Quadro.

Con riferimento agli altri temi centrali delle proposte di riforma della Commissione, si segnalano in particolare l'approvazione di una Opinione formale dell'ERG sui principi regolatori dell'Accesso di nuova generazione (fornita su richiesta della Commissione stessa) e l'adozione di una Opinione relativa all'introduzione del rimedio di separazione funzionale nell'apparato regolatorio degli obblighi che le Autorità nazionali di regolamentazione possono imporre alle imprese titolari di posizione dominante sui mercati di riferimento. Entrambe le opinioni sono state apprezzate dalla Commissione ed hanno trovato riscontro nelle proposte finali di modifica legislativa.

Parallelamente alle riflessioni sulle prospettive di riforma del quadro legislativo europeo, l'ERG ha, inoltre, espletato il proprio ruolo di supporto tecnico alle iniziative della Commissione. Al riguardo, si segnalano le attività svolte e l'Opinione fornita dall'ERG alla Commissione in merito alla nuova Raccomandazione sui Mercati rilevanti entrata in vigore alla fine del 2007 ed ai suoi impatti applicativi.

Ancora in tema di regolamentazione, un importante filone d'attività sviluppato dall'ERG nell'ambito della Presidenza dell'Autorità è rappresentato dal lavoro svolto per la predisposizione (in costante dialogo con i Servizi della Commissione) e per la successiva implementazione in ambito nazionale del Regolamento sui servizi di *roaming* internazionale (Regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio n. 717/2007). Tale Regolamento, approvato nel giugno 2007, ha consentito di regolamentare una materia di difficile disciplina a livello nazionale (attesa la natura transfrontaliera dei

servizi in questione) e di conseguire una sostanziale riduzione dei prezzi per i servizi di telefonia mobile internazionale e condizioni adeguate di trasparenza tariffaria per la clientela.

L'esperienza dell'implementazione del Regolamento europeo sul *roaming* internazionale conferma la massima attenzione dell'Autorità per la tutela dei consumatori anche nel contesto di un mercato sopranazionale. L'Autorità, infatti, si è impegnata in seno all'ERG ad assicurare le migliori condizioni possibili di fruizione dei servizi da parte dei consumatori, facendo dell'efficace collaborazione con le istituzioni comunitarie e con gli altri regolatori nazionali un punto di forza della sua azione. L'ERG è peraltro ancora impegnata nelle attività di monitoraggio degli effetti del vigente Regolamento, con l'obiettivo di fornire alla Commissione indicazioni utili per il rapporto che la Commissione stessa è tenuta a produrre, entro la fine del 2008, sul funzionamento del Regolamento e sulla opportunità di estendere l'ambito della regolamentazione anche ad altri servizi (quali SMS, MMS e dati).

Con riferimento ai temi dell'armonizzazione, le attività dell'ERG sono proseguite nel solco della Dichiarazione di Madeira dell'Ottobre 2006. Al riguardo, si ricorda che la Dichiarazione di Madeira prevede, in capo all'ERG, l'impegno di individuare le aree prioritarie per l'armonizzazione, di elaborare Posizioni Comuni che individuino le best practice in tali aree e di monitorare la coerenza con le Posizioni Comuni delle decisioni assunte a livello nazionale; in capo alle Autorità nazionali, vi è l'impegno a tenere nel massimo conto le Posizioni Comuni ERG nell'ambito della definizione degli obblighi regolamentari a livello nazionale e a motivare adeguatamente le decisioni nazionali difformi.

Nel corso del mandato di Presidenza dell'Agcom, l'ERG ha adottato importanti Posizioni Comuni sugli obblighi regolamentari (i cd. remedies) in tema di servizi di accesso a banda larga all'ingrosso e di accesso disaggregato all'ingrosso (a complemento delle best practice elaborate dall'ERG nel 2006); servizi VoIP; servizi di terminazione mobile e fissa e servizi di linee affittate all'ingrosso, ed ha avviato un'attività di monitoraggio ed analisi di conformità delle pratiche regolamentari nazionali alle best practice in materia di accesso di rete fissa.

In particolare, è da sottolineare il rilievo della Posizione Comune assunta in materia di regolamentazione di servizi VoIP il documento fornisce indicazioni uniformi su scala europea in materia di condizioni autorizzatorie, numerazione, portabilità del numero ed accesso ai servizi di emergenza e costituisce un importante strumento per il superamento degli ostacoli al mercato interno legati ad un mancato allineamento regolatorio e per la efficace diffusione dei servizi VoIP.

Altrettanto importante è la Posizione Comune in materia di tariffe di terminazione, in quanto stabilisce, sia nel mercato della terminazione fissa, sia in quello della terminazione mobile, stabilisce approcci comuni per una evoluzione verso la simmetria tariffaria.

La Presidenza ERG ha inoltre comportato un rafforzamento delle attività di comunicazione internazionale dell'Agcom, finalizzate alla divulgazione delle tematiche strategiche di interesse dei Regolatori europei nel contesto istituzionale comunitario, nel mondo dell'industria, (attraverso costanti contatti con Associazioni e operatori) e della stampa specializzata.

Sempre nello spirito della Dichiarazione di Madeira, la Presidenza dell'Autorità si è fortemente impegnata nel rafforzamento dell'organizzazione interna e nel migliora-

mento della efficacia operativa dell'ERG. Il 2007 è stato, a tal riguardo, un anno di svolta; sono state definite numerose procedure interne (es. nuove regole di voto a maggioranza; procedure per la collaborazione con la Commissione nell'ambito dell'articolo 7 della Direttiva Quadro) ed è stata avviata la sperimentazione per un ufficio di Segretariato permanente di base a Bruxelles. Infine, in occasione dell'ultima Plenaria del 2007, tenutasi a Roma il 6 e 7 dicembre, il Gruppo dei Regolatori Indipendenti – IRG - (organismo informale che costituisce la base operativa e tecnica delle iniziative dell'ERG) ha deciso di costituirsi formalmente secondo il modello legale dell'associazione senza scopo di lucro di diritto belga; ciò allo scopo di acquisire personalità giuridica e poter rafforzare l'efficacia della propria iniziativa.

Nel periodo di riferimento, l'Autorità ha proseguito nella propria attività di dialogo internazionale e di sviluppo di collaborazioni con i regolatori di settore di altre aree geografiche.

In particolare è proseguito il rapporto di scambio di *expertise* ad alto livello per mezzo degli incontri congiunti IRG-REGULATEL (l'Associazione dei regolatori di settore dell'area del Centro e Sud America).

In considerazione del rilievo socio-economico dell'area geografica del Sud-America e dei rilevanti interessi economici nazionali ivi presenti, l'Agcom ha inteso rafforzare i contatti con REGULATEL, partecipando alla riunione congiunta IRG-REGULATEL tenutasi a Barcellona nel luglio 2007 ed alla decima Riunione Plenaria tenutasi ad Antigua (Guatemala) nel novembre 2007. Proprio in quest'ultima occasione i Commissari Enzo Savarese e Roberto Napoli hanno sottoscritto, per conto di l'Agcom, l'atto di adesione alla piattaforma REGULATEL entrando così, formalmente a farne parte in qualità di Osservatore.

Il rapporto con i Regolatori afferenti al MEDA (Associazione dei regolatori dell'area mediterranea) ha costituito, nel corso del 2007, un'altra delle priorità dell'impegno internazionale per l'Autorità. L'Autorità si è fatta promotrice, nell'ambito della Presidenza ERG 2007, del rafforzamento dei contatti tra regolatori europei e regolatori MEDA, mediante una serie di iniziative culminate nella riunione di alto livello tenutasi il 5 dicembre 2007 a Roma e finalizzata a discutere di istanze di regolamentazione e modalità di consolidamento delle reti di partenariato.

Al di là dell'impegno assunto in ambito dell'ERG, l'Agcom ha inoltre assunto specifiche iniziative ai fini della costituzione di una nuova piattaforma di regolatori operanti nel bacino del Mediterraneo. Il tema è stato tra l'altro discusso ed accolto con favore anche in occasione della Conferenza intergovernativa Euromed, tenutasi a Il Cairo lo scorso 27 febbraio e le attività di lancio dell'iniziativa sono attualmente in corso di svolgimento.

Il considerevole sforzo tecnico ed organizzativo connesso alla gestione della Presidenza dell'ERG non ha impedito all'Autorità di seguire con la consueta assiduità ed impegno i lavori dei numerosi comitati regolamentari e tecnici attivi in sede comunitaria.

Per quanto i lavori del Comitato per le comunicazioni (Co.com.), vale la pena di segnalare l'adozione, lo scorso 7 aprile, a valle di approfondito esame nell'ambito del Comitato, di alcune misure con cui la Commissione europea mira ad armonizzare i requisiti tecnici e le prescrizioni in materia di concessione di licenze per l'utilizzo dei telefoni mobili a bordo degli aerei. Si tratta, in particolare di una Raccomandazione che si propone di armonizzare la concessione di licenze e che promuoverà il mutuo riconoscimento di autorizzazioni nazionali per i servizi di comunicazioni mobili a bordo di

aeromobili, e di una Decisione che stabilisce parametri tecnici armonizzati per le apparecchiature di bordo per l'uso di telefoni mobili durante il volo nel territorio UE, al fine di assicurare la sicurezza delle apparecchiature dell'aereo ed il normale funzionamento delle reti mobili terrestri. Al di là del rilievo commerciale (ancora embrionale), dei servizi in parola, le due decisioni assumono un particolare rilievo in quanto disciplinano uno dei primi servizi di telecomunicazione realmente paneuropeo.

Il Comitato ha altresì discusso delle *best practices* per l'autorizzazione della televisione mobile; nel marzo 2008, a seguito del parere favorevole del Comitato, la Commissione europea ha licenziato la Decisione 2008/286/CE che ha inserito lo standard DVB-H (*Digital Video Broadcasting Handheld*) nell'elenco degli standard ufficiali dell'UE al fine di promuovere l'offerta armonizzata di servizi di telecomunicazioni in tutta l'UE. Tale decisione costituisce una nuova tappa in vista della realizzazione di un mercato unico per la televisione mobile in Europa che permetterà a tutti i cittadini dell'UE di seguire programmi televisivi in movimento.

L'Agcom ha inoltre assicurato una partecipazione costante e qualificata ai vari gruppi tecnici operanti in ambito Co.com. con il compito di assistere la Commissione nello sviluppo di dossier di particolare rilevanza in vista della successiva adozione di decisioni e raccomandazioni tramite il Comitato stesso.

Il gruppo AUTH, tradizionalmente attivo in tema di autorizzazioni e diritti d'uso dello spettro ha assorbito, nel periodo di riferimento, le attività del gruppo MSS (sui sistemi satellitari). Il Gruppo ha proseguito le attività relative all'avvio di una procedura di autorizzazione di tipo pan-europeo per l'offerta di servizi mobili satellitari MSS a 2 GHz. Dopo aver recepito i contributi ricevuti nella consultazione pubblica pan-europea terminata a maggio 2007, il gruppo ha assistito la Commissione nella presentazione al Consiglio e Parlamento europeo di una proposta di Decisione per garantire l'effettuazione della procedura paneuropea nel vigente quadro regolatorio, e successivamente nella definizione dei criteri di selezione e della bozza di Call for Application per l'avvio della procedura stessa. Un altro argomento oggetto di lavoro è stata l'assistenza alla Commissione nella predisposizione della bozza iniziale della Raccomandazione per l'introduzione delle politiche Wapecs (Wireless Access Policy for Electronic Communication Systems) nella Comunità, ai fini dell'utilizzo flessibile nelle tecnologie e nei servizi di alcune specifiche bande di frequenza, con condizioni armonizzate di autorizzazione. La Raccomandazione è stata successivamente presentata ed approvata dal Comitato delle Comunicazioni.

Il gruppo CBISS (*Communications Broadcast Issues Sub-group*) esamina invece, in ambito Co.com., le problematiche del settore audiovisivo e fornisce una visione di sintesi della *best practice* normativa tra i Paesi membri. Nel periodo di riferimento, le principali aree di intervento del CBISS sono state lo *switchover* per la televisione digitale terrestre e i temi del cd. "dividendo digitale"; la televisione ad alta definizione (HDTV); i sistemi di accesso condizionato; radio digitale; la televisione mobile e su rete IP. Nell'ultima riunione di febbraio 2008 il gruppo CBISS ha finalizzato in particolare uno studio sulla regolamentazione dei sistemi di televisione mobile nei paesi europei, successivamente pubblicato sul sito della Commissione europea. Tale studio assume particolare rilevanza anche a seguito della Comunicazione della Commissione del 18 luglio 2007 circa l'opportunità di rafforzare il mercato della televisione mobile all'interno degli Stati membri, e della conclusioni del Consiglio del 29 novembre 2007 che ha invitato la Commissione ad identificare le "*best practices*" per quanto riguarda il regime autorizzatorio ed a proporre una regolamentazione armonizzata tra i vari Paesi membri.

Le principali questioni trattate dal Comitato Radio Spettro nel periodo maggio 2007-aprile 2008 hanno riguardato primariamente l'armonizzazione dell'uso dello spettro per apparati radio a corto raggio SRD (*Short Range Device*), per l'uso della banda a 3.4 - 3.8 GHz per sistemi di comunicazione elettronica, per l'introduzione di sistemi radiomobili a bordo degli aeromobili MCA (*Mobile Communication on Aircrafts*), per l'uso flessibile delle bande a 900 e 1800 MHz con la contestuale abrogazione della Direttiva GSM.

In relazione a tali argomenti, il Comitato ha approvato l'adozione di specifiche Decisioni da parte della Commissione. Altre tematiche che sono state oggetto di lavoro, con l'adozione dei relativi rapporti della CEPT e in alcuni casi la predisposizione di una bozza di decisione, sono l'uso di dispositivi specifici a banda ultralarga UWB (*Ultra Wide Band*), l'introduzione armonizzata delle WAPECS (*Wireless Access Policy for Electronic Communication Systems*), in particolare nella banda a 2.6 GHz. Infine si aggiungono l'adozione di mandati alla CEPT riguardanti le opzioni tecniche per l'armonizzazione del dividendo digitale e lo sviluppo dei sistemi ITS (*Intelligent Transport Systems*), che saranno quindi oggetto di prossima attività.

L'audiovisivo

Nel settore dell'audiovisivo, è giunto a compimento alla fine del 2007 il processo di revisione della direttiva n. 89/552/CE ("Direttiva TV senza frontiere" e successiva modifiche); il 29 novembre 2007, il Parlamento europeo ha approvato il testo definitivo della nuova Direttiva sui Servizi di media audiovisivi (Direttiva n. 2007/65/CE).

L'esigenza di aggiornare le norme comunitarie in materia di servizi televisivi è emersa, come noto, dai cambiamenti che hanno attraversato il mercato audiovisivo negli ultimi anni: la convergenza delle tecnologie e dei servizi (TV tradizionale, Internet TV, mobile TV, TV digitale, crescita della pay-per-view e di servizi di video on demand etc.), così come i cambiamenti nei contenuti audiovisivi e le nuove modalità della comunicazione pubblicitaria attraverso Internet o SMS.

Tra i principali elementi caratterizzanti della nuova direttiva, oltre al nuovo ambito d'applicazione delle norme (esteso a tutti i servizi audiovisivi, a prescindere dalla tecnologia di trasmissione utilizzata), si segnala l'introduzione di regole più flessibili sulla pubblicità televisiva.

L'esigenza di tale maggiore flessibilità nasce dai cambiamenti commerciali e tecnologici che consentono attualmente agli utilizzatori dei servizi di audiovisivi di avere una scelta più ampia e maggiori responsabilità nell'utilizzo di tali servizi. In particolare, grazie alle maggiori possibilità per gli spettatori di evitare i messaggi pubblicitari (dato l'aumento della scelta dei canali e le nuove tecnologie, come i registratori digitali) non si ritiene più giustificato il mantenimento di una regolamentazione rigida in materia di inserimento di spot pubblicitari a tutela dei telespettatori.

Un'altra novità riguarda la pubblicità attraverso l'inserimento di prodotti (*product placement*), che, pur vietata in via di principio, nel caso in cui lo Stato membro decida altrimenti è consentita in determinate circostanza nei casi di opere cinematografiche, film e serie prodotti per i servizi di media audiovisivi, programmi sportivi e di intrattenimento leggero.

Il principio del Paese di origine continua ad essere il perno della nuova direttiva, in quanto fondamentale per la creazione di un mercato interno. Al fine di promuovere

un'industria audiovisiva forte, competitiva e allargata e potenziare il pluralismo dei media in tutta l'Unione europea, la direttiva prevede una procedura, basata sulla giurisprudenza della Corte di giustizia, che permette agli Stati membri di adottare misure vincolanti nei confronti delle emittenti di altri Stati membri in caso di violazione delle norme nazionali del paese di destinazione.

La nuova direttiva riafferma inoltre i valori europei fondamentali che sono stati alla base della politica europea dell'audiovisivo fin dal 1989. La direttiva impone agli Stati membri di garantire la tutela dei minori, di promuovere le opere europee e le produzioni audiovisive indipendenti e di vietare i contenuti suscettibili di incitare all'odio per motivi religiosi e razziali. Sono inoltre previsti obblighi in capo ai fornitori al fine di agevolare l'accesso ai servizi alle persone ipoudenti ed ipovedenti.

La direttiva incoraggia infine espressamente l'autoregolamentazione e la coregolamentazione del settore.

Gli Stati membri hanno a disposizione 24 mesi per trasporre negli ordinamenti nazionali le nuove norme, in modo da permettere la piena applicazione del nuovo quadro normativo dell'audiovisivo a fine 2009. A tal riguardo, a valle della nuova direttiva, nell'ambito del Comitato di Contatto istituito dalla direttiva TV Senza Frontiere hanno immediatamente presso avvio le attività relative alla implementazione della nuova disciplina. In occasione della riunione del 20 novembre 2007, la Commissione europea ha annunciato l'intenzione di avviare, in seno a tale Comitato, un'attiva di coordinamento dei processi di recepimento della nuova direttiva da parte degli Stati membri, prevedendo la convocazione nel corso del 2008 di 4 riunioni straordinarie del Comitato espressamente dedicate alla discussione delle questioni giuridiche sollevate dalla modifiche introdotte dalla nuova direttiva. A tal fine, sono già state individuate dalla Commissione tre macro aree di interesse su cui concentrare l'analisi: criteri di riparto di giurisdizione tra stati membri, disciplina dei servizi "su richiesta"; disposizioni in materia di *product-placement*.

In ambito internazionale, l'Autorità nell'ultimo anno ha consolidato la sua presenza ai lavori del Comitato permanente sulla televisione transfrontaliera presso il Consiglio d'Europa; fra i temi principali discussi nel periodo di riferimento, si segnala la revisione della Convenzione sulla TV Transfrontaliera, anche alla luce dei cambiamenti introdotti dalla Direttiva sui Servizi di media audiovisivi. All'interno del Comitato è stato creato un sottogruppo di lavoro che ha il compito di redigere una proposta di revisione della Convenzione che verrà poi esaminata durante la riunione plenaria del Comitato permanente del 2008.

Ancora, in sede di Consiglio d'Europa, nell'ultimo anno l'Agcom ha partecipato agli incontri del Gruppo di specialisti sui media di servizio pubblico nella società dell'informazione, creato nell'ambito del Comitato sui nuovi servizi media e di comunicazione (CDMC). Nelle ultime riunioni tenutesi a Strasburgo ad ottobre 2007 ed a marzo 2008, il gruppo ha finalizzato un rapporto sulle modalità con cui gli Stati membri assicurano le condizioni legali, finanziarie, tecniche ed ogni altra condizione idonea a permettere al servizio pubblico di espletare il proprio mandato ed alla redazione di un compendio di best practices per la promozione della ampia partecipazione democratica da parte dei fornitori del servizio pubblico, anche con l'aiuto delle nuove tecnologie.

Nel corso del 2007 e nella prima metà del 2008 è proseguita la partecipazione dell'Autorità alle attività dell'EPRA, la piattaforma europea dei regolatori dell'audiovisivo. Tra i più recenti temi in discussione, anche in tale contesto, la sfida per i Regolatori rappresentata dalla nuova direttiva sui servizi media audiovisivi ed in particolare l'implementazione delle nuove regole sul *product placement*. L'implementazione della nuova direttiva sarà ancora al centro della discussione nella prossima riunione plenaria (prevista dal 14 al 16 maggio a Riga). Tra le iniziative assunte dall'Autorità in ambito EPRA, si ricorda ancora l'organizzazione del primo *workshop* congiunto ERG/EPRA sul tema della convergenza tra i settori dei media e delle telecomunicazioni, tenutosi a Capri il 18 e 19 ottobre. Al *workshop* hanno partecipato, oltre ai Regolatori europei delle telecomunicazioni e dell'audiovisivo, operatori ed esperti internazionali, anche il Commissario per la Società dell'informazione Viviane Reding e il Ministro delle comunicazioni Paolo Gentiloni.

Da segnalare infine il nuovo impulso che è stato dato nel periodo trascorso all'attività del *Réseau Méditerranéennes*. Lo scorso luglio, l'Autorità ha partecipato, a Granada, ad un incontro del gruppo di esperti incaricati di definire un piano per la futura attività dell'organismo; tale piano è stato sottoposto all'attenzione della riunione plenaria di Marrakech del novembre del 2007. In tale occasione sono stati tracciati i nuovi obiettivi del *Réseau*, come una cooperazione sempre più intensa tra i paesi del bacino del Mediterraneo, ponendo l'attenzione soprattutto al dialogo interculturale, interreligioso ed ai diritti umani.

La riunione plenaria ha inoltre confermato la creazione di una commissione tecnica di lavoro che rafforzi l'attività del *Réseau*, occupandosi oltre che della preparazione della plenaria, della attuazione delle decisioni prese nel corso delle riunioni, dell' organizzazione di seminari su temi di interesse comune dei partecipanti al *Réseau*. L'Autorità ha partecipato attivamente alle attività del *Réseau* in quest'ultimo anno in qualità di vicepresidente; nel corso della prossima riunione che si terrà in Italia a fine 2008 l'Agcom ne assumerà la Presidenza.

I rapporti bilaterali

Nel corso dell'ultimo anno, si sono sviluppate le attività di implementazione degli accordi bilaterali con altre Autorità straniere nei settori delle comunicazioni elettroniche e dell'audiovisivo.

Facendo seguito all'accordo stipulato dall'Agcom con l'Autorità maltese per le comunicazioni (MCA) si sono organizzate delle giornate di workshop sui temi della regolamentazione, l'implementazione di strumenti regolatori.

Intensa è stata l'attività di scambio di informazioni con l'Autorità per le telecomunicazioni egiziana (NTRA) e l'Agenzia nazionale di regolamentazione delle telecomunicazioni del Marocco (ANRT), sui vari temi della regolamentazione delle comunicazioni elettroniche.

Continuano inoltre i fruttuosi rapporti con l'Agenzia nazionale per le telecomunicazioni brasiliana (ANATEL), rafforzati, tra l'altro, dall'ingresso ufficiale dell'Agcom nella piattaforma REGULATEL.

In tale contesto è da segnalare come, in concomitanza con il mandato di Presidenza del gruppo dei regolatori europei (ERG), l'Agcom abbia promosso, attraverso una serie di incontri con la Commissione europea e con i coordinatori del progetto MEDA-NATP II, una riflessione sulle modalità per sviluppare la collaborazione con i Paesi MEDA.

Proprio in occasione dell'ultimo incontro annuale di alto livello ERG-MEDA, tenutosi lo scorso 5 dicembre a Roma, numerose delegazioni hanno confermato l'intenzio-

ne di creare un sistema maggiormente efficace di condivisione delle esperienze regolatorie nazionali. E' emerso in particolare, un interesse ad istituire un *network* leggero dei regolatori delle comunicazioni elettronica del Mediterraneo, incaricato di promuove lo scambio di informazioni e sviluppare riflessioni sui principali temi di interesse comune (tra essi, in particolare, le politiche regolamentari per lo sviluppo della concorrenza nell'accesso di rete fissa e lo sviluppo del mercato dei servizi mobili, con particolare attenzione alla possibilità di promozione di una regolamentazione armonizzata per i servizi di *roaming* internazionale).

Il 2007 ha visto l'Autorità completare il secondo progetto di gemellaggio con la *Communications Regulatory Agency* (RAK) della Bosnia ed Erzegovina (BiH), nell'ambito del programma CARDS istituito dalla Commissione europea con la finalità di fornire assistenza ai Paesi candidati all'adesione nel processo di *institution building*, ovvero nell'adeguamento amministrativo e normativo delle amministrazioni nazionali all'acquis comunitario.

Sulla base della positiva esperienza della prima fase, durata 16 mesi e conclusasi nel 2006, il nuovo gemellaggio è partito nel mese di febbraio ed è durato 8 mesi. L'obiettivo iniziale era di proseguire nell'attività di *transfer of know-how* già avviata nel primo progetto, volta a consentire ai funzionari della RAK di affrontare la riforma del servizio pubblico radiotelevisivo ed armonizzare la regolamentazione di settore in Bosnia quella europea. L'elevato grado di cooperazione raggiunto dalle due Autorità ha reso peraltro possibile il raggiungimento di risultati ulteriori, tra cui meritano un cenno la pubblicazione di un rapporto sul settore audiovisivo e delle comunicazioni elettroniche in Bosnia e la organizzazione di 6 corsi avanzati per gli esperti della RAK (svoltisi a Sarajevo e tenuti da funzionari e dirigenti dell'Autorità ed esperti dei maggiori *stakeholders* del settore delle comunicazioni europeo). Il progetto si è quindi concluso il 15 novembre 2007 con una conferenza internazionale, svoltasi a Sarajevo, al cui termine l'Agcom e la RAK hanno firmato un nuovo accordo di collaborazione bilaterale.

L'impegno dell'Agcom nella diffusione e messa a fattor comune della propria expertise con Autorità di altre aree geografiche, interessate a conformare il proprio scenario nazionale in linea con il contesto regolamentare europeo, è destinato peraltro a prosequire anche nei prossimi anni; lo scorso mese di aprile l'Agcom, titolare di un progetto congiunto con l'Autorità tedesca BNetzA, si è aggiudicata un importante programma di gemellaggio con l'Autorità egiziana delle comunicazioni elettroniche -NRTA. Il progetto avrà la durata di due anni e sarà finanziato nel quadro dell"European Neighbourhood Policy (ENP) Action Plan", firmato dall'Egitto e dall'Unione europea nella primavera del 2007. Il progetto prevede la cooperazione tra le due parti in materia di regolamentazione delle comunicazioni elettroniche, con riferimento particolare al supporto nelle attività della NTRA volte ad assicurare la regolamentazione e la libera concorrenza in un mercato de-regolamentato quale quello delle telecomunicazioni. Tra i temi oggetto del programma di gemellaggio, si segnalano la collaborazione in materia di definizione del quadro regolamentare di riferimento, regime delle autorizzazioni; interconnessione ed accesso; frequenze; tutela del consumatore e servizio universale; organizzazione funzionamento del regolatore.

3.2. I rapporti con le istituzioni nazionali

Nel corso dell'anno di riferimento, l'Autorità ha collaborato come di consueto con diverse istituzioni nazionali.

In particolare, il Presidente Calabrò ha riferito il 22 novembre 2007, davanti alla VII Commissione "Cultura, Scienza e Istruzione" della Camera dei deputati sul disegno di legge "Norme a tutela dei minori nella visione di film e di videogiochi".

Ai fini dell'emanazione dei regolamenti di rispettiva competenza, per la disciplina delle trasmissioni radiotelevisive relative alle consultazioni elettorali politiche e amministrative, l'Autorità ha svolto attività di consultazione con la Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi.

Sono stati esaminati circa 40 atti di sindacato ispettivo inviati principalmente dal Ministero delle comunicazioni e dalla Presidenza del Consiglio dei ministri ai fini della trasmissione degli elementi di competenza dell'Autorità.

Tali atti hanno riguardato principalmente la tutela degli utenti nei confronti degli operatori telefonici; i disservizi sulla rete di telefonia fissa; le tariffe di terminazione su rete fissa per gli operatori alternativi a Telecom Italia; l'aumento delle tariffe da parte degli operatori telefonici a seguito dell'abolizione dei costi di ricarica; le modifiche unilaterali delle condizioni contrattuali da parte degli operatori di telefonia mobile; la tutela dei minori; la pubblicità televisiva e degli operatori di telefonia mobile.

Nel periodo riferimento maggio 2007 – aprile 2008, nell'ambito della collaborazione istituzionale con l'Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM), l'Autorità ha reso all'istituzione *Antitrust* i pareri – *ex* articolo 1, comma 6, dalla legge n. 249 del 1997 – in merito alle operazioni di concentrazione e agli eventuali abusi di posizione dominante, nonché a intese restrittive della concorrenza riguardanti operatori del settore delle comunicazioni.

Il numero totale dei casi su cui l'Autorità è stata chiamata a rendere un parere è stato pari a settantuno (settanta operazioni di concentrazione e un caso di abuso di posizione dominante), come evidenziato nella tabella. La maggior parte delle operazioni ha riguardato l'acquisizione di impianti e frequenze nell'ambito del processo di digitalizzazione delle reti televisive terrestri e, in misura minore, un graduale processo di consolidamento nel settore delle infrastrutture radiofoniche dove alcuni operatori nazionali nuovi entranti stanno completando la copertura della loro rete. E' da rilevare, inoltre, che ciascuna operazione di concentrazione esaminata è stata valutata non suscettibile di determinare o rafforzare una posizione dominante nei mercati interessati.

Per quanto riguarda la fattispecie dell'abuso di posizione dominante, l'Autorità, nel luglio 2007, ha reso il parere sul provvedimento finale dell'istruttoria Tele2/Tim-Voda-fone-Wind (procedimento A357B), volta all'accertamento di presunte violazioni degli articoli 81 e/o 82 CE e concernente il mercato dei servizi finali di comunicazione mobile, il mercato dei servizi all'ingrosso di accesso su rete mobile, il mercato dei servizi all'ingrosso di terminazione delle chiamate su singole reti mobili, nonché il mercato dei servizi di fonia alla clientela aziendale. Come di consueto, l'Autorità ha fornito alcuni elementi di valutazione circa la definizione dei mercati rilevanti individuati, l'analisi del

grado di concorrenza riscontrata, nonché sulle misure previste dall'AGCM per il superamento delle distorsioni concorrenziali. In particolare, l'Autorità ha osservato che le valutazioni contenute nel provvedimento erano coerenti con il quadro regolamentare stabilito dalla stessa Agcom.

Tabella 3.1. Pareri resi all'Autorità garante della concorrenza e del mercato in merito a operazioni di concentrazione nel settore delle comunicazioni

N.PARERE TIPOLOGIA		ARRIVO	PARTI	N. DELIBERA
C/8454	Permuta di rami	2 maggio 2007	Mondoradio S.r.l. /	252/07/CONS
	d'azienda		Rock FM S.r.l.	
C/8456	Acquisto controllo	2 maggio 2007	Goldman Sachs Capital	253/07/CONS
	esclusivo		Partners / Alliance	
			Atlantis Communications	-
C/8459		2 maggio 2007	Elettronica Industriale	254/07/CONS
	di trasmissione		S.p.A. / Appennino TV	
	radiotelevisiva			
C/8499	Permuta di rami	22 maggio 2007		290/07/CONS
-	d'azienda		S.p.A. / T.V.A. 64 S.r.l.	
C/8505	Acquisto di un ramo	29 maggio 2007		291/07/CONS
	d'azienda		Radiobase Cooperativa	
C/8507	Acquisto di una	29 maggio 2007	•	292/07/CONS
	partecipazione		S.p.A. / Gruppo Finelco	
			S.p.A.	
C/8513	Acquisto di un ramo	29 maggio 2007		293/07/CONS
	d'azienda		TV S.p.A.	
C/8516	Acquisto di un ramo	30 maggio 2007	Elettronica Industriale	316/07/CONS
	d'azienda		S.p.A. / Eurotelevision	
			S.p.A.	_
C/8517	Acquisto di un ramo	30 maggio 2007		317/07/CONS
	d'azienda		S.p.A. / Tot Toscana	
			Televisioni S.r.l.	_
C/8528	Acquisto di un ramo	11 giugno 2007	City Italia S.p.A./	329/07/CONS
	d'azienda		Urban Italia S.r.l.	
C/8535	Acquisto di un ramo	11 giugno 2007	Monradio S.r.l. /	330/07/CONS
	d'azienda		Rock FM S.r.l.	_
C/8536	Acquisto di rami	11 giugno 2007	Monradio S.r.l. /	331/07/CONS
	d'azienda		Priverno S.r.I.	
C/8537	Acquisto di rami	11 giugno 2007	Monradio S.r.l. /	332/07/CONS
	d'azienda		Publiaudio S.r.l.	
C/8558	Acquisto di un impianto	18 giugno 2007	Elemedia S.p.A. /	355/07/CONS
	di radiodiffusione sonora		Pubblizero studio S.r.l.	
C/8561	Acquisto di un impianto	18 giugno 2007	RCS Broadcast S.p.A. /	356/07/CONS
	di radiodiffusione sonora		Nuova Radio S.p.A.	
C/8567	Acquisto di un ramo	18 giugno 2007	Elettronica Industriale	357/07/CONS
	d'azienda		S.p.A. / Digitoscana	
			TV S.r.l.	
C/8568	Acquisto di un impianto	18 giugno 2007	Elettronica Industriale	358/07/CONS
	di trasmissione		S.p.A. / Antenna 40	
	radiotelevisiva			

N.PARERI	TIPOLOGIA	ARRIVO	PARTI	N. DELIBERA
C/8569	Acquisto di un impianto di trasmissione radiotelevisiva	18 giugno 2007	Elettronica Industriale S.p.A. / Napoli 9 di Teleacerra S.r.I.	359/07/CONS
C/8570	Acquisto di un ramo d'azienda	18 giugno 2007	MTV Italia S.r.l. / Etis 2000 S.p.A.	360/07/CONS
C/8577	Acquisto di un ramo d'azienda	26 giugno 2007	RCS Broadcast S.p.A. / Telepress S.r.I.	361/07/CONS
C/8592	Acquisto di un ramo d'azienda	2 luglio 2007	Monradio S.r.l. / Beta S.r.l.	386/07/CONS
A/357	Abuso di posizione dominante	3 luglio 2007	Tele2 e altri operatori / TIM – Vodafone - WIND	385/07/CONS
C/8607	Acquisto di due impianti di radiodiffusione sonora	4 luglio 2007	Elemedia S.p.A. / Invest Multiradio S.r.I.	387/07/CONS
C/8611	Acquisto di un ramo d'azienda	4 luglio 2007	Elettronica Industriale S.p.A. / Teletirreno Sardegna	388/07/CONS
C/8648	Acquisto del controllo esclusivo	20 luglio 2007	Internet Bookshop Italia S.r.l./Mo-Net S.r.l.	423/07/CONS
C/8654	Acquisto di un ramo d'azienda	20 luglio 2007	Monradio S.r.l. / Radio Birikina S.r.l.	424/07/CONS
C/8655	Acquisto di un ramo d'azienda	20 luglio 2007	Monradio S.r.l. / Radio Bella e Monella S.r.l.	425/07/CONS
C/8627	Acquisto di un ramo d'azienda	26 luglio 2007	Elettronica Industriale S.p.A. / RT-Radio Tele- visione Peloritana S.r.l.	426/07/CONS
C/8628	Acquisto di un ramo d'azienda	26 luglio 2007	Elettronica Industriale S.p.A./TGS Telegiornale di Sicilia S.p.A.	427/07/CONS
C/8629	Acquisto di un ramo d'azienda	26 luglio 2007	Monradio S.r.l. / Radio Padania Soc. Coop.	428/07/CONS
C/8632	Acquisto controllo congiunto	26 luglio 2007	Il Sole 24 ore S.p.A. / Blogosfere S.r.l.	429/07/CONS
C/8675	Acquisto della società	6 agosto 2007	Microsoft Corporation / aQuantative Inc.	1/07/PRES* 451/07/CONS
C/8676	Acquisto di un ramo d'azienda	6 agosto 2007	Monradio S.r.l. / Publiaudio S.r.l.	2/07/PRES* 452/07/CONS
C/8681	Acquisto di un ramo d'azienda	6 agosto 2007	Monradio S.r.l. / Associazione Radio Maria	3/07/PRES* 453/07/CONS
C/8717	Acquisto capitale Sociale	27 agosto 2007	De Agostini S.p.A. / Marathon Group	454/07/CONS
C/8720	Acquisto controllo esclusivo	6 agosto 2007	Goldman Sachs Capital Partners VI L.P. / Alliance Atlantis Communications	
C/8768	Acquisto della società		News Corporation / Dow Jones&Co Inc	515/07/CONS
C/8779	Acquisto e cessione di rami d'azienda	24 settembre 07	Monradio S.r.l. / Radio Time S.r.l.	516/07/CONS

N.PARERI	TIPOLOGIA	ARRIVO	PARTI	N. DELIBERA
C/8780	Acquisto controllo esclusivo	24 settembre 07	Sparrowhawk Holdings Limited / National Broadcasting Company Universal Inc.	517/07/CONS
C/8792	Acquisto controllo congiunto	1° ottobre 2007	BBC Private Equity SGRpA - MPS Venture SGRpA / Edizioni Master S.p.A.	532/07/CONS
C/8830	Acquisto di un ramo d'azienda	15 ottobre 2007	Monradio S.r.l. / Radio Maracanà Club 91 S.r.l.	552/07/CONS
C/8845	Acquisto di un impianto	15 ottobre 2007	Elemedia S.p.A. / Radio Time S.r.I.	553/07/CONS
C/8877	Acquisto di due impianti	2 novembre 07	Elemedia S.p.A. Monte Stella S.r.l.	574/07/CONS
C/8878	Acquisto di due impianti	2 novembre 07	Elemedia S.p.A. / Alfa S.r.I.	575/07/CONS
C/8879	Acquisto di un impianto	2 novembre 07	Elemedia S.p.A. / Alfa S.r.l.	576/07/CONS
C/8921	Acquisto del controllo esclusivo	26 novembre 07	National Broadcasting Company Universal Inc. Oxygen Media Corporation	
C/8973	Acquisto del controllo esclusivo	7 dicembre 07	Holland Coordinator / Eagle Pictures	658/07/CONS
C/9001	Acquisto del controllo esclusivo	17 dicembre 07	Cisco Systems / Navini Networks	2/08/CONS
C/9014	Acquisto di due impianti	21 dicembre 07	Elettronica Industriale S.p.A. / Quarto Canale S	1/08/CONS .r.l.
C/9023	Acquisto di due rami d'azienda	31 dicembre 07	Monradio S.r.l. / Publiaudio S.r.l.	3/08/CONS
C/9049	Acquisto di due impianti radiofonici	11 gennaio 2008	Monradio S.r.l. / Radio Dimensione Suono S.p.A.	34/08/CONS
C/9050	Acquisto di due impianti radiofonici	11 gennaio 2008	Monradio S.r.l. / Prima Idea Radio S.r.l.	35/08/CONS
C/9071	Acquisto di società	21 gennaio 2008	Microsoft Corporation / Musiwave SA	65/08/CONS
C/9117	Acquisto del controllo congiunto	4 febbraio 2008	Reti Televisive Italiane S.p.A. / Tao Due S.r.l.	113/08/CONS
C/9118	Acquisto di un ramo d'azienda	4 febbraio 2008	Nuova Radio S.p.A. / Faro S.r.I.	114/08/CONS
C/9119	Acquisto di due impianti radiofonici	4 febbraio 2008	Nuova Radio S.p.A. / Radio Stella S.r.I.	115/08/CONS
C/9152	Acquisto di un ramo d'azienda	15 febbraio 2008	Elemedia S.p.A. / Radio Antenna Sud	120/08/CONS
C/9155	Acquisto del controllo congiunto	15 febbraio 2008	Intesa Sanpaolo S.p.A. e Acotel Group / Noverca Holding e Noverca Italia	126/08/CONS

N.PARERI	TIPOLOGIA	ARRIVO	PARTI	N. DELIBERA
C/9159	Permuta di impianti	25 febbraio 2008	MTV Italia S.r.l. /	127/08/CONS
	radiotelevisivi e		Videoemme S.r.l.	
	delle relative frequenze			
C/9177	Permuta di 2 impianti	28 febbraio 2008	Monradio S.r.l. /	134/08/CONS
	radiodiffusione sonora e		Archimedia S.r.l.	
	delle relative frequenze			
C/9189	Permuta di impianti	7 marzo 2008	Elettronica S.p.A./	147/08/CONS
	radiotelevisivi e		Tele Nord S.r.l.	
	delle relative frequenze			
C/9205	•	17 marzo 2008	Atos Origin S.p.A. /	169/08/CONS
	esclusivo		Xaltia S.p.A.	
C/9227	•	25 marzo 2008	Telecom Italia Media	170/08/CONS
	radiotelevisivi e		S.p.A. / Tele Grosseto S.	r.l.
	relative frequenze			
C/9239	Permuta di rami d'aziend	a	31 marzo 2008	Monradio S.r.l. /
	171/08/CONS			
			Radio Padania Soc. Coop	
C/9249	Acquisto di un ramo	4 aprile 2008	Elemedia S.p.A. / Radio	192/08/CONS
	di azienda costituito da		Torino 91 Snc	
	un impianto radiofonico			
C/9250	•	4 aprile 2008	Elemedia S.p.A. / Radio	193/08/CONS
	di azienda costituito da		Torino 91 Snc	
	un impianto radiofonico			
C/9267		15 aprile 2008	Nuova Radio S.p.A. /	203/08/CONS
	di azienda costituito da		Radio Birikina Srl	
0/0076	due impianti radiofonici	10 11 2000		222/22/22/2
C/92/6	Acquisto di un impianto	18 aprile 2008	Elemedia S.p.A. /	232/08/CONS
	radiofonico e		Associazione Radio	
0./00==	della relativa frequenza	10 11 2000	Mater (Galbiate)	222/22/22/2
C/9277		18 aprile 2008	Elemedia S.p.A. /	233/08/CONS
	radiofonico e		Associazione Radio	
0/000=	della relativa frequenza	20/04/2000	Mater (Piedimulera)	254/22/22/2
C/9295	•	28/04/2008	Sony Pictures	254/08/CONS
	esclusivo		Entertainment Inc. /	
C/0200	A anniaka dal a antinali	20/04/2000	2Waytraffic N.V.	204/00/00/0
C/9300	Acquisto del controllo	28/04/2008	The Goldman Sachs	284/08/CONS
	esclusivo		Group / Ariadsl S.p.A.	

^{*} Provvedimenti d'urgenza adottati con decreto presidenziale e successivamente ratificati con delibera del Consiglio. Fonte: Autorità

3.3. Il rapporto con il Ministero delle comunicazioni

L'Autorità, in data 21 novembre 2007, ha adottato la delibera n. 603/07/CONS, recante "Criteri per la completa digitalizzazione delle reti televisive della Regione Sardegna in previsione dello *switch-off* fissato al 1º marzo 2008". Ai fini della determinazione della configurazione delle reti digitali terrestri da realizzarsi nella Regione Sardegna, l'Autorità ha quindi avviato uno specifico procedimento al quale hanno partecipato, nell'ambito di un tavolo tecnico, i soggetti nei confronti dei quali il provvedimento finale fosse destinato a produrre effetti, ossia gli operatori presenti nella Regione Sardegna.

Il suddetto tavolo tecnico è stato convocato dall'Autorità d'intesa con il Ministero delle comunicazioni e ha raggiunto l'accordo sulla configurazione e sul numero delle reti digitali terrestri da realizzare da parte delle televisioni nazionali e locali nella Regione Sardegna. Conseguentemente, è stata adottata la delibera n. 53/08/CONS del 23 gennaio 2008, recante "Piano di assegnazione delle frequenze per il servizio di radiodiffusione televisiva in tecnica digitale nella Regione Sardegna in previsione dello switch-off" (cfr parr. 1.2.2, 2.6, 3.1).

L'Autorità sta inoltre dando il proprio supporto al Ministero delle comunicazioni nell'ambito delle negoziazioni internazionali con i paesi interessati al coordinamento dell'uso delle risorse di frequenze per la televisione digitale, sulla base delle risultanze della Conferenza di pianificazione Ginevra '06 e degli accordi in tale sede sottoscritti, sia in relazione alla pianificazione adottata con la delibera n. 53/08/CONS, sia, in generale, per l'attuazione del passaggio al digitale su tutto il territorio nazionale, con l'obiettivo di incrementare il numero di risorse utilizzabili senza interferenze reciproche con gli altri paesi.

Per tale attività di coordinamento bilaterale, sono state effettuate, sino ad oggi, tre riunioni con l'Amministrazione Francese, che si sono svolte rispettivamente a Roma, presso la sede del Ministero delle comunicazioni, a Parigi, presso la sede dell'Agenzia nazionale per le frequenze, e di nuovo a Roma presso la sede dell'Autorità. Sono state programmate altre due riunioni bilaterali, rispettivamente con l'Amministrazione spagnola e con l'Amministrazione svizzera.

L'Autorità ha inoltre fornito il proprio apporto per i lavori, gli incontri preparatori e la partecipazione, nell'ambito della delegazione nazionale, alla Conferenza Mondiale delle Radiocomunicazioni (WRC07) che si è tenuta a Ginevra nei mesi di ottobre e novembre 2007, attività svolta sotto la responsabilità ed il coordinamento del Ministero delle comunicazioni in qualità di amministrazione accreditata presso l'ITU.

Per quanto riguarda l'attività afferente al censimento delle infrastrutture di diffusione radiotelevisiva site nel territorio nazionale, di cui alla delibera n. 502/06/CONS del 2 agosto 2006 recante "Modifiche al Regolamento per l'organizzazione e la tenuta del Registro degli operatori di comunicazione finalizzate all'istituzione della sezione speciale relativa alle infrastrutture di diffusione site nel territorio nazionale di cui all'articolo 31 della delibera n. 236/01/CONS ", c.d. "catasto nazionale delle frequenze radiotelevisive", d'intesa con il Ministero delle comunicazioni, è stata intrapresa una

intensiva campagna di verifiche e di riscontri tecnico-amministrativi sul territorio in collaborazione con gli Ispettorati territoriali e la Sezione di Polizia delle comunicazioni presso l'Autorità.

Le verifiche hanno riguardato prevalentemente gli impianti radioelettrici serventi i principali ca-poluoghi di provincia, dando priorità alle province a maggiore densità abitativa, con lo specifico obiettivo di verificare l'esatta rispondenza tra quanto "auto dichiarato" dalle imprese di settore al 15 novembre 2006 e la reale situazione operativa in loco, e verificando altresì l'eventuale presenza di emissioni radioelettriche non denunciate in sede di censimento.

Anche nel settore della gestione delle frequenze per telecomunicazioni vi è stata una proficua attività di collaborazione con il Ministero delle comunicazioni.

Sono stati forniti vari pareri che riguardano in generale l'utilizzo delle frequenze per l'offerta di servizi pubblici, che ricadono nella generale competenza dell'Autorità nel fornire il parere al Piano nazionale di ripartizione delle frequenze, previsto dalla legge istitutiva.

L'attività di collaborazione più significativa è stata quella relativa al rilascio dei diritti d'uso per l'utilizzo della banda di frequenze a 3.5 GHz da parte dei sistemi BWA (*Broadband Wireless Access*), tra cui ricade il c.d Wi-Max (*Worldwide interoperability for microwave access*). All'interno di un percorso di consultazione e collaborazione, vi è stata alla fine del 2006 la liberazione della banda da parte dei sistemi della Difesa negoziata dal Ministero delle comunicazioni.

Successivamente l'Autorità ha adottato la delibera n. 209/07/CONS, che ha fissato le regole per la procedura di gara e le misure regolamentari. Sulla base di tali regole il Ministero delle comunicazioni ha infine pubblicato il relativo bando di gara e condotto la stessa nel mese di febbraio 2008. Tutta la banda disponibile è stata assegnata a 11 operatori distinti di cui 10 considerabili nuovi entranti nel settore, raggiungendo gli obiettivi sia sul piano dell'efficienza del risultato che dell'aumento della dinamica competitiva. La procedura di gara e il risultato conseguente sono stati unanimemente considerati un successo per l'amministrazione italiana, suggellando quindi un processo frutto di un costante coordinamento tra le due istituzioni.

Infine, anche il procedimento del riassetto delle frequenze per i servizi radiomobili, c.d. *refarming*, il cui provvedimento finale (delibera n. 282/08/CONS) è stato approvato dal Consiglio dell'Autorità in data 21 maggio 2008, ha visto una costante collaborazione col Ministero delle comunicazioni

A seguito dell'emanazione della delibera n. 131/06/CSP, concernente "Approvazione della direttiva in materia di qualità e carte dei servizi di accesso a Internet da postazione fissa, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera b), numero 2, della legge 31 luglio 1997, n. 249", a dicembre del 2006 sono stati avviati i lavori del tavolo relativo alla qualità del servizio di accesso a Internet da postazione fissa. Lavori che hanno visto la collaborazione del Ministero delle comunicazioni e, in particolare, dell'Istituto superiore delle comunicazioni e delle tecnologie, a cui è stato affidato il coordinamento di un sottogruppo tecnico. Tramite tale collaborazione è stata completata l'istruttoria con la redazione da parte dell'Istituto Superiore di un rapporto tecnico. Sono stati definite le modalità di valutazione degli indicatori di cui alla citata delibera e nell'ambito dei lavori del tavolo istituito dall'Autorità, che ha visto la fattiva partecipazione oltre che dell'Istituto superiore delle comunicazioni e delle tecnologie dell'informazione del Ministero delle comunicazioni anche degli operatori, delle Associazioni dei consumatori,

della Fondazione Ugo Bordoni e del dipartimento INFOCOM dell'Università di Roma "La Sapienza". Si prevede che a breve, a seguito dell'approvazione della relativa delibera possa iniziare una prima fase in cui si potrà valutare sul territorio le reali prestazioni dei sistemi di accesso ad Internet sulla base di indicatori definiti a livello internazionale dall'ETSI, per poi successivamente estendere in via progressiva le misurazioni sul territorio nazionale e quindi anche introdurre dei sistemi di valutazione delle prestazioni da parte della clientela finale. Il coordinamento dell'Attività di misura sarà verosimilmente affidato, come richiesto dai partecipanti al tavolo tecnico, all'Istituto Superiore e potrà altresì proseguire l'attività di collaborazione tra l'Autorità e l'Istituto Superiore al fine di eventualmente migliorare il sistema di misura e per fornire un utile servizio di verifica delle reali prestazioni offerte dagli operatori di accesso ad Internet a larga banda direttamente agli utilizzatori.

3.4. I rapporti con i Comitati regionali per le comunicazioni

Il ruolo dei Comitati regionali per le comunicazioni (di seguito Co.re.com.) è mutato significativamente negli anni successivi all'approvazione, avvenuta in data 25 giugno 2003, dell'Accordo quadro tra l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, la Conferenza dei Presidenti delle Regioni e delle Province autonome e la Conferenza dei Presidenti dell'Assemblea, dei Consigli regionali e delle Province autonome, a causa dell'evoluzione normativa e tecnologica.

Le modifiche al Titolo V della Costituzione, la legge 3 maggio 2004, n. 112 e il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (Testo unico della radiotelevisione), in particolare l'articolo 13, hanno modificato e rafforzato le funzioni di garanzia e controllo del sistema delle comunicazioni aventi rilevanza regionale e locale. E' aumentato, pertanto, il "peso" di alcune funzioni dei Corecom, proprie o delegate dall'Agcom, quali, a titolo indicativo, la risoluzione delle controversie operatore-utente, la "par condicio" e la tutela dei minori. Attualmente, sono svolte sul territorio, direttamente dai Co.re.com., le sequenti funzioni delegate:

- 1. vigilanza in materia della tutela dei minori, con riferimento al settore radiotelevisivo locale, fermo il rispetto degli eventuali indirizzi stabiliti dall'Autorità;
- 2. istruzione e applicazione dell'articolo 4, comma 1, lettera e), e dell'articolo 32 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 117 (Testo unico della radiotelevisione) in materia di esercizio del diritto di rettifica, con riferimento al settore radiotelevisivo locale;
- 3. vigilanza sul rispetto dei criteri fissati nel regolamento relativo alla pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa in ambito locale;
- 4. tentativo di conciliazione nelle controversie tra gestori del servizio di telecomunicazioni e utenti.

Nella tabella 3.2 è riassunta la situazione dei Comitati, le leggi regionali istitutive, i Presidenti e la decorrenza delle convenzioni.

Tabella 3.2.	pella 3.2. Co.re.com.: leggi istitutive, Presidenti e deleghe			
Comitato	Istituzione	Presidente	Deleghe	
Abruzzo	Legge regionale	Tino Fortunato	Delibera	166/06/CONS
	24 agosto 2001, n. 45	Di Sipio	Stipula	07/09/06
			Decorrenza	1° ottobre 06
Basilicata	Legge regionale	Loredana Albano	Delibera	402/03/CONS
	27 marzo 2000, n. 20		Stipula	18/12/03
			Decorrenza	1° gennaio 04
Prov. aut.	Legge provinciale	Hansjorg Kucera	Delibera	546/07/CONS
Bolzano	18 marzo 2002, n. 6		Stipula	7/12/2007
			Decorrenza	1/3/2008
Calabria	Legge regionale	Francesco Gasparro	Delibera	402/03/CONS
	22 gennaio 2001, n. 2,	Crifò a seguito	Stipula	17/12/03
	modificata dalla legge regionale 5 ottobre 2007,	della delibera n. 253/08/CONS	Decorrenza	1° gennaio 04
	n. 22	recante "Chiusura		
	11. 22	del procedimento		
		avviato con delibera		
		n. 543/07/CONS		
		recante la sospension	e	
		della delega di funzior		
		al Comitato Regionale		
		per le Comunicazioni		
		della Calabria"		
Campania	Legge regionale	Norberto Vitale		
	1° luglio 2002, n. 9			
Emilia	Legge regionale	Gianluca Gardini	Delibera	402/03/CONS
Romagna	30 gennaio 2001, n. 1		Stipula	05/02/04
	modificata con legge		Decorrenza	1º marzo 04
	regionale 31/10/02			
	n. 27 e legge regionale			
	21/12/2007 n. 27			
Friuli Venezia	Legge regionale	Franco del Campo	Delibera	402/03/CONS
Giulia	10 aprile 2001, n. 1		Stipula	29/01/04
			Decorrenza	1º febbraio 04
Lazio	Legge regionale	Angelo Gallippi fino	Delibera	402/03/CONS
	3 agosto 2001, n. 19	al 31 ottobre	Stipula	18/12/03
	e successive modificazioni,		Decorrenza	1° gennaio 04
	tra cui legge regionale	rinnovato		
	6 agosto 2007, n. 15	<u> </u>	5 111	100/00/00/0
Liguria	Legge regionale	Pasqualino Serafini	Delibera	402/03/CONS
	24 gennaio 2001, n. 5		Stipula	19/02/04
	modificata con legge		Decorrenza	1º marzo 04
	regionale 13 agosto 2007,			
	n. 26 e 12 novembre 2007,			
Lombandia	n. 35	Maria Luica	Dolibora	05/05/00NC
Lombardia	Legge regionale	Maria Luisa	Delibera	95/05/CONS
	28 ottobre 2003, n.20	Sangiorgio	Stipula	03/03/05
			Decorrenza	1° maggio 05

Comitato	Istituzione	Presidente	Deleghe	
Marche	Legge regionale	Marco Moruzzi	Delibera	18/04/CONS
	27 marzo 2001, n. 8		Stipula	28/7/04
			Decorrenza	1° settembre 04
Molise	Legge regionale	Tito Lastoria	Deleghe rich	ieste,
	26 agosto 2002, n. 18		non ancora attribuite	
Piemonte	Legge regionale	Massimo Negarville	Delibera	18/04/CONS
	7 gennaio 2001, n. 1		Stipula	16/06/04
			Decorrenza	1º luglio 04
Puglia	Legge regionale	Giuseppe Giacovazzo	Delibera	615/06/CONS
	28 febbraio 2000, n. 3		Stipula	21/11/06
			Decorrenza	1º gennaio 2007
Sardegna	Legge regionale istitutiva	Antonio Ghiani		
(Corerat)	del Co.re.com.			
	in via di definizione			
Sicilia	Legge regionale	Lorenzo Alessi		
	26 marzo 2002, n. 2,			
	articolo 101, modificato			
	dall'articolo 23 legge re-			
	gionale 8 febbraio 2007, n.	2		
Toscana	Legge regionale 25 giugno	Marino Livolsi	Delibera	402/03/CONS
	2002. Con questa legge		Stipula	28/01/04
	sono state abrogate la legg	je	Decorrenza	1º febbraio 04
	regionale 10 febbraio 2000),		
	n.10, istitutiva del Corecon	n		
	e la legge regionale			
	28 dicembre 2000, n. 80,			
	modificativa della			
	precedente.			
Prov. aut.	Legge provinciale	Adriano Goio	Delibera	695/06/CONS
Trento	16 dicembre 2005, n. 19		Stipula	16/03/07
			Decorrenza	1º aprile 07
Umbria	Legge regionale	Luciano Moretti	Delibera	402/03/CONS
	11 gennaio 2000, n. 3		Stipula	05/02/04
			Decorrenza	1º marzo 04
Valle D'Aosta	Legge regionale	Corrado Bellora	Delibera	402/03/CONS
	4 settembre 2001, n. 26		Stipula	17/12/03
			Decorrenza	1º gennaio 04
Veneto	Legge regionale	Roberto Pellegrini	Delibera	18/04/CONS
	10 agosto 2001, n. 18		Stipula	23/12/2004
			Decorrenza	1º febbraio 05

Fonte: Autorità

Dalle relazioni concernenti l'attività svolta nell'anno 2007 dai Co.re.com. si evince che l'esercizio delle funzioni sinora delegate si è ulteriormente consolidato. Se si può parlare di una certa disomogeneità tra i Comitati, è proprio in virtù del fatto che taluni di essi hanno avviato progetti e promosso iniziative locali che vanno oltre le deleghe, per esempio quelle finalizzate alla formazione e alla fruizione consapevole dei media presso i giovani. In generale, risultano migliorati i servizi ai cittadini, anche informatizzando la gestione di un'attività particolarmente delicata e onerosa, in termini di

tempo e risorse umane, quale il tentativo obbligatorio di conciliazione nelle controversie tra operatori e utenti. Su questo fronte si è registrato, anche nel 2007, un ulteriore incremento del volume di lavoro svolto: 35.000 istanze pervenute, contro le circa 15.000 dell'anno precedente. I casi conclusi con esito positivo sono in media pari a 52%; mentre quelli con esito negativo pari al 42%, la restante percentuale è riferibile alla mancata comparizione tra le parti. Con riferimento alle problematiche oggetto dell'attività di conciliazione, si riscontra che la maggioranza della casistica è inerente la telefonia fissa e i servizi Internet, in particolare Adsl. Una problematica rilevante è ascrivibile alle contestazioni del traffico verso numerazione a tariffazione speciale (899, 892, satellitari internazionali). Le richieste di conciliazione relative all'unbundling local loop" hanno superato in termini numerici quelle in materia di "carrier preselection" e sono relative a tempi di attesa lunghi, interruzioni di servizio e problemi tecnici connessi al passaggio da un'operatore all'altro. Altre tipologie da segnalare sono quelle sull'interruzione di servizio o ritardi nella riparazione dei guasti riscontrati.

In relazione alla telefonia mobile, le istanze di conciliazioni più numerose sono afferenti alla contestazione di servizi non richiesti (invio messaggi a pagamento non richiesti) e difficoltà nella disabilitazione degli stessi, alla contestazione del traffico telefonico addebitato, e alla mancata applicazione delle condizioni offerte. In via generale, infine, si conferma l'inadeguatezza del "servizio clienti" in relazione alla gestione efficace del sistema di informazioni degli operatori di comunicazione elettronica. Per quanto riguarda invece l'assunzione di provvedimenti temporanei, soprattutto inerenti il ripristino del servizio di telefonia fissa, e in particolare il servizio Internet in Adsl, si evidenzia, in linea generale, un alto numero di richieste e un numero basso di provvedimenti di riallaccio della linea adottati, in quanto, a causa dell'evoluzione delle offerte e delle soluzioni tecnologiche, le fattispecie non appaiono riconducibili alle classificazioni regolamentari attualmente in essere.

Nel corso del 2007, l'Autorità ha portato a compimento un processo di revisione della regolamentazione concernente le procedure di risoluzione delle controversie tra operatori di comunicazioni elettroniche ed utenti approvando la delibera n.173/07/CONS. Detta delibera è stata anche il frutto dell'esperienza e dell'attività sul campo svolta dai Co.re.com. in questi anni che hanno, quindi, dato un contributo fondamentale al miglioramento delle procedure connesse all'attività di conciliazione. A questo proposito, va segnalata l'attività di formazione, promossa dall'Autorità nei confronti del personale dei Co.re.com. competenti per materia che ha visto due importanti momenti seminariali a giugno del 2007 e a febbraio del 2008 con giornate dedicate ad affrontare gli aspetti specifici dell'attività di conciliazione e dell'applicazione del nuovo regolamento, con interventi del personale dell'Autorità dedicato anche all'illustrazione di casi pratici. Nel nuovo regolamento, all'articolo 22, è stata prevista la possibilità di delegare ai Comitati anche la definizione vera e propria delle competenze, attività che determinerebbe lo spostamento dei poteri e delle responsabilità in materia direttamente sui Comitati che diventerebbero i veri protagonisti dell'attività di conciliazione, in quanto sarebbero i giudici ultimi delle eventuali controversie delle quali sarebbero chiamati ad esprimere un giudizio. Questa possibilità andrà verificata con i vari Comitati, al fine di verificare le condizioni utili per svolgere in modo ottimale questa importante attività, tuttavia, diversi Co.re.com. hanno già espresso la propria volontà a perseguire questa strada e hanno iniziato con l'Autorità un serie di iniziative di sperimentazione del servizio che dovrà essere attivato.

Per quanto riguarda la delega relativa alla tutela dei minori, in tutte le regioni è

aumentata l'attenzione sulla qualità della programmazione effettuata in ambito locale. Alcuni convegni e dibattiti sul rapporto tra minori e mezzi di informazione hanno coinvolto direttamente anche l'Autorità. Molti Comitati hanno assunto iniziative volte alla sensibilizzazione e all'informazione in materia di tutela dei minori, cercando di coinvolgere le strutture didattiche, da una parte, e di dialogare con le emittenti e con gli operatori del settore, dall'altra. Vanno inoltre ricordate importanti iniziative quali il "TG in classe" e "Teleduchiamoci" che, promosse dal Ministero della pubblica istruzione, hanno visto attraverso la sensibilizzazione dell'Autorità una importante e significativa partecipazione dei Co.re.com. che hanno contribuito in modo determinante al buon esito delle manifestazioni.

Con riferimento all'esercizio della delega in materia di diritto di rettifica e per quanto riguarda la vigilanza sulla pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa in ambito locale, va rilevato che, seppure siano state poche le segnalazioni e gli interventi, estremamente rilevante e significativa è stata l'attività d'informazione svolta dai Co.re.com. e rivolta ai media locali con lo scopo di perseguire il rispetto della normativa.

In materia di parità di accesso ai mezzi di informazione per la comunicazione politica nelle campagne elettorali e referendarie sia a livello locale che nazionali (si ricordi in particolare nel caso dell'elezioni primarie del Partito Democratico), i Comitati così come previsto dalla normativa vigente hanno assicurato il rispetto del pluralismo e della correttezza dell'informazione, operando in sintonia con l'Autorità per il rispetto dei regolamenti in applicazione delle leggi in materia di par condicio e monitorando le eventuali situazioni passibili di sanzionamento. A questo proposito, si ricordano, in particolare, la delibera n. 57/07/CSP riguardante l'applicazione della normativa per elezioni provinciali e comunali della Regione Sicilia e elezioni amministrative in Valle d'Aosta, nonché per il rinnovo di comuni e consigli circoscrizionali.

Al fine di evidenziare l'attività svolta da vari Co.re.com., si rinvia alla tabella esplicativa di alcune iniziative poste in essere, nonché di alcuni dati di sintesi relativi alla risoluzione delle controversie insorte nei rapporti tra organismi di telecomunicazioni e utenti.

Tabella 3.3. Co.re.com.: attività, iniziative e risoluzione delle controversie

Comitato: Abruzzo

Attività e iniziative: Crescente importanza dell'attività di conciliazione, soprattutto quale strumento alternativo alla via giudiziaria. Nel primo anno a regime dopo l'insediamento, oltre allo svolgimento delle funzioni delegate molte sono state le iniziative promosse. Tra i convegni, si segnala in particolare "TV locali e territorio - Un *feedback* per lo sviluppo", e "Gli strumenti della comunicazione". Per quanto riguarda la tutela dei minori, sono state monitorare 2112 ore di programmazione sulle TV locali e sono state trasmesse all'Autorità le segnalazioni su violazioni di legge in particolare per programmi di gioco del lotto e di cartomanzia.

Risoluzione controversie: 1342 istanze pervenute

923 udienze svolte 43% di accordi raggiunti 56% mancata conciliazione 268 provvedimenti temporanei.

Comitato: Basilicata

Attività e iniziative: Per quanto riguarda la tutela dei minori, il Co.re.com. Basilicata, attraverso il suo presidente ha attivamente preso parte al Comitato per l'applicazione del Codice di autoregolamentazione TV e minori. Nel corso dell'anno sono state adottate 37 risoluzioni, e per 32 casi sono stati fornite orientamenti da seguire. Tra le iniziative più significative organizzare nel corso dell'anno, si ricordano i convegni "Internet e minori", la presentazione della ricerca "Focus Media 2006", "Il doping e l'Unione europea".

Risoluzione controversie: 707 istanze pervenute

663 udienze svolte 295 esiti positivi 128 esiti negativi

198 i casi di mancata comparizione.

Comitato: Provincia aut. Bolzano

Attività e iniziative: Deleghe dell'Autorità conferite con delibera n. 546/07/CONS, convenzione sottoscritta in data 7 dicembre 2007, avente decorrenza in data 1 marzo 2008. Ha svolto funzioni proprie, non delegate dall'Autorità.

Comitato: Calabria

Attività e iniziative: Attività di monitoraggio finalizzata alla tutela dei minori, per un periodo effettivo di visione quantificato in oltre 1.325 ore. Due direttrici principali: a) vigilanza sul rispetto delle norme contenute nel Testo unico per le imprese Radiotelevisive e nel Codice di autoregolamentazione TV minori; b) analisi del palinsesto televisivo nella fascia oraria protetta. Le emittenti monitorate hanno sostanzialmente osservato la normativa vigente, ad eccezione di qualche immagine, scena o dialogo. E' stato riproposto un questionario volto ad approfondire l'influenza della televisione sulla formazione psicologica dei ragazzi delle ultime tre classi di tutte le scuole medie superiori. I risultati della ricerca sono in corso di elaborazione.

Risoluzione controversie: 2.888 istanze pervenute

1.971 portate in udienza 30 istanze improcedibili

175 non portate in udienza per mancata integrazione

40,6% mancate comparizioni

81.2% delle mancate comparizioni dovute all'assenza dell'utente.

Comitato: Campania

Attività e iniziative: Ha svolto le funzioni proprie, non delegate dall'Autorità.

Comitato: Emilia Romagna

Attività e iniziative: E' stato organizzato un corso di formazione per conciliatori nelle telecomunicazioni, orientato a fornire conoscenze teoriche e pratiche in materia di controversie e telecomunicazioni, corso al quale hanno partecipato 70 iscritti e alternando a lezioni teoriche esercitazioni pratiche presso il Co.re.com.

Per quanto riguarda la tutela dei minori, molto intensa è stata l'attività convegnistica e le iniziative tese a promuovere la valorizzazione del minore nei vari contesto comunicativi. In particolare si ricorda "Tu e la TV: campagna per la diffusione del Codice di autoregolamentazione TV e minori nelle scuole primaria e secondaria di I grado"; "Tele-regole le sai?" – Campagna di comunicazione per la divulgazione del Codice di autoregolamentazione TV e Minori nelle scuole secondarie di II grado", premio qualità Co.re.com.; "La TV più vicina ai bambini". Nel 2007 è continuata l'attività di manutenzione e aggiornamento dei dati del Catasto degli impianti di informazioni di telecomunicazioni riguardanti tutti gli impianti del territorio regionale. Si è dato corso al potenziamento e adeguamento strutturale dell'impianto per il monitoraggio dell'emittenza radiotelevisiva regionale. Il sistema consente la registrazione, 24 ore su 24, 7 giorni su 7 e lo stoccaggio di oltre un anno di materiale audio-video per i 32 canali monitorati che coprono l'intero territorio regionale. Tra i molti altri convegni organizzati, si ricorda "Reti dell'informazione in Emila-Romagna", "Registro degli operatori di comunicazione: quali prospettive future?", "Media e minori".

Risoluzione controversie: 2107 istanze pervenute

1462 procedimenti conclusi 59% concluse positivamente 24% concluse negativamente 13% mancate comparizioni

Comitato: Friuli Venezia Giulia

Attività e iniziative: Per quanto riguarda l'attività di conciliazione, come si riscontra da un confronto con l'anno precedente, vi è stato un ulteriore incremento dei casi trattati con un azione ormai consolidata e riconosciuta sul territorio. E' stato predisposto un numero verde per i cittadini un archivio informatico. Per la tutela dei minori, sono stati predisposti due monitoraggi televisivi con lo scopo di vigilare sul rispetto della normativa in materia, I dati raccolti sono confluiti nella ricerca "Giovani e mass media", una sorta di osservatorio permanente istituito dal 2004. Inoltre, è stato svolto un monitoraggio dei TGR trasmessi dalla sede Rai regionale e sono state analizzate le notizie aventi per oggetto i minori. E' stato avviato un censimento delle radio e delle televisioni con sede nella regione, in previsione della delega dell'Agcom relativa al Registro degli operatori di comunicazione. Attività di promozione del dialogo tra Regione e Rai per la piena realizza-

zione di una televisione transfrontaliera. Tra le iniziative poste in essere durante l'anno, si ricordano il convegno "Presunto colpevole" sul tema della responsabilità dei media nell'acquisizione e verifica delle notizie, il concorso "Comunicare identità e territorio" per stimolare le reciproche conoscenza tra i cittadini dell'Unione europea, il convegno "La giungla telefonica" sulla materia delle controversie tra utenti e operatori".

Risoluzione controversie: 1.215 istanze pervenute

445 udienze svolte 286 esiti positivi (64,3%) 159 esiti negativi (35,7%) 687 risoluzioni preventive 227 mancate comparizioni 1.132 contenziosi conclusi 3.022 utenti al Numero verde

1.403 utenti allo sportello per il pubblico.

Comitato: Lazio

Attività e iniziative: Monitoraggio televisivo a campione, in tempo reale, nella fascia oraria protetta. E' allo studio un sistema con postazioni nelle cinque province. Avviata un'azione per la promozione della qualità dei programmi radiotelevisivi: "Bollino qualità". Nessuna violazione del Regolamento per la pubblicazione e diffusione dei sondaggi. Nessuna istanza di esercizio del diritto di rettifica.

Risoluzione controversie: 5.550 istanze pervenute

4.587 udienze svolte 1.105 esiti positivi (24,1%) 2.159 esiti negativi (47,1%)

1.043 richieste di provvedimenti temporanei (di cui 833 riallaccio linea, 169 mancato riallaccio, 41 provvedimenti ottemperati).

Comitato: Liguria

Attività e iniziative: Attività di vigilanza per la tutela dei minori, con monitoraggio televisivo a campione. Sono in fase progettuale una sala di monitoraggio e la creazione di un unico sistema digitale di registrazione e archiviazione dei contenuti televisivi su supporto informatico, programmabile sia dalle sede del Comitato, sia da postazioni remote.

Risoluzione controversie: 1371 istanze pervenute

358 concluse con accordo 339 mancata conciliazione 160 mancata comparizioni

121 richieste di provvedimento temporaneo.

Comitato: Lombardia

Attività e iniziative: Nel corso del 2007 si è cercato di valorizzare gli esiti dell'iniziativa pubblica "Ragazzi che tivù" implementando l'apposito sito creato per l'iniziativa e diffondendo sul territorio la mostra attraverso accordi con le amministrazioni locali. Il Comitato, attraverso l'apposita Commissione appositamente istituita, ha partecipato attivamente ai lavori dell'Osservatorio regionale della Lombardia sul fenomeno del bullismo, istituito presso l'Ufficio scolastico regionale per iniziativa della stessa Amministrazione scolastica. Tra le iniziative di particolare rilievo si ricorda "30 di radio FM", Parole in Libertà", ovvero come le radio libere hanno cambiato il linguaggio degli italiani, il convegno "TV e locale e rappresentanza di genere"e "Comunicare il territorio. Per il federalismo nel sistema televisivo pubblico e privato della Lombardia".

Risoluzione controversie: 4366 istanze pervenute

1795 udienze svolte 853 (65,3%) esiti positivi 454 (34,7%) esiti negativi 31 provvedimenti temporanei.

Comitato: Marche

Attività e iniziative: In considerazione dell'aumento esponenziale della mole del contenzioso, sono stati attivati dal Co.re.com. due tirocini, a titolo gratuito, con le Università degli Studi di Macerata e di Bologna, per giovani laureati/laureandi in giurisprudenza.

Per quanto riguarda la tutela dei minori, è stata attivata, d'intesa con la Polizia della Comunicazioni e con l'Ufficio scolastico regionale, una campagna per la tutela dei minori dai mass-media. Sono state sottoscritte apposite convenzioni di collaborazione, allo scopo di sensibilizzare, attraverso specifiche conferenze, depliants e poster docenti e genitori.

E' stato sottoscritto un "Accordo di collaborazione scientifica", con il Dipartimento di Studi sul

mutamento sociale, Istituzioni giuridiche e comunicazione dell'Università di Macerata, e più in generale è stata stipulata una ampia convenzione con l'Università di Macerata per tutti i settori della comunicazione. Inoltre, è stato sottoscritto un protocollo d'Intesa con l'Ufficio scolastico regionale per attività di prevenzione in ambito scolastico nel settore media e minori.

Risoluzione controversie: 1221 istanze pervenute

543 udienze svolte

283 (52,12%) esito positivo 237 (43,65%) esito negativo

184 (33,89%) mancata comparizione di una delle parti.

Comitato: Molise

Attività e iniziative: E' in corso la fase istruttoria per l'attribuzione delle deleghe, non conclusa mancando un adeguato requisito logistico. Il Comitato ha svolto funzioni proprie, non delegate dall'Autorità.

Comitato: Piemonte

Attività e iniziative: Nel corso del 2007, è stato predisposto un monitoraggio della programmazione di 14 emittenti locali piemontesi per un periodo definito, allo scopo di verificare i contenuti o singole scene critiche sotto il profilo della dignità della persona e dello sviluppo psico-fisico del minore. Sono state monitorate 1176 ore di programmazione, di cui ne sono state elaborate 620 al fine dell'analisi qualitativa e quantitativa prevista. E' stato presentato e posto in essere il progetto "La buona TV in Piemonte" per qualificare la programmazione televisiva locale, iniziativa alla quale hanno aderito l'84% delle TV con la predisposizione di un codice di autoregolamentazione e la successiva assegnazione di un "Bollino qualità" per le emittenti che saranno risultate in sintonia con il criteri individuati dal codice.

Sono state gestite 186 segnalazioni per violazioni riscontrate ai sensi della delibera n. 23/07/CSP Il Co.re.com. Piemonte ha ritenuto di certificare tutte le proprie attività adattando un sistema di gestione della qualità con riferimento alle norme Uni En Iso 9001:2000.

Risoluzione controversie: 3294 istanze pervenute

2336 udienze complessive 81,5 % di esiti positivi 18,5% di esiti negativi

816 richieste di provvedimenti temporanei 50 provvedimenti temporanei emessi.

Comitato: Puglia

Attività e iniziative: Il 2007 è stato per il Co.re.com. Puglia l'anno di avvio della propria attività sul versante delle materie delegate a seguito della convenzione firmata con l'Agcom.

Da subito, si è sviluppata una attività estremamente intensa sul fronte delle conciliazioni che ha portato il Comitato della Puglia a predisporre un portale web, quale strumento interattivo di comunicazione tra la struttura e il cittadino.

Per quanto riguarda la tutela dei minori, il Co.re.com. Puglia ha portato avanti il progetto "Teleduchiamoci", progetto nato per promuovere l'educazione all'audiovisivo e con l'audiovisivo, individuando programmi di educazione ai media. E' stato, inoltre, organizzato un seminario di studi su TV e minori che ha visto coinvolti tutti i soggetti interessati all'attuazione della delega. Il comitato ha inoltre deliberato di finanziare un corso di formazione per *Media Educator*.

Il Co.re.com. Puglia, su indicazione del presidente, ha inoltre deciso di avviare autonomamente le procedure per la fornitura di un sistema per il monitoraggio 24 ore su 24 delle emittenti radiotelevisive locali.

Risoluzione controversie: 3200 istanze pervenute

2300 le istanze concluse

1063 pari al 46% risolte positivamente 754 pari al 33% con mancato accordo

470 pari al 21% con mancata comparizione da parte dei cittadini.

Comitato: Sardegna (Co.re.rat.)

Attività e iniziative: E' in corso l'iter legislativo regionale per l'emanazione di una legge istitutiva del Comitato regionale per le comunicazioni. Ha svolto funzioni proprie, non delegate dall'Autorità.

Comitato: Sicilia

Attività e iniziative: Comitato rinnovato. Ha svolto le funzioni proprie, non delegate dall'Autorità. Sono stati avviati i primi contatti per iniziare il percorso di attribuzione delle deleghe.

Comitato: Toscana

Attività e iniziative: Nel 2007 è stato possibile utilizzare a pieno regime la procedura informatica di gestione del back office delle attività di conciliazione, che ha consentito di velocizzare i tempi di acquisizione delle istanze, di convocazione delle udienze, di produzione dei verbali e di elaborazione dei report statistici utili all'attività informativa che il Co.re.com garantisce sul proprio sito web e alle comunicazioni da trasmettere periodicamente all'Autorità, con evidenti vantaggi per l'ufficio in termini di razionalizzazione del lavoro. Per quanto riguarda la tutela dei minori, il 2007 è stato caratterizzato dall'ideazione e realizzazione, in collaborazione con la Presidenza del Consiglio Regionale della Toscana del progetto "La buona TV in Toscana", che ha visto l'assegnazione del bollino "La buona TV" alle emittenti che hanno ispirato la propria programmazione alle esigenze dei minori, l'istituzione di un premio per le TV che hanno trasmesso i migliori programmi dedicati ai minori e l'istituzione di un concorso per selezionare il miglior progetto originale per la produzione dedicata e un contributo finanziario vincolato alla realizzazione di detto progetto.

Risoluzione controversie: 2673 istanze pervenute

1384 udienze svolte

808 (58,4%) concluse con accordo 559 (40,4%) mancato accordo 341 mancata comparizione delle parti 23 provvedimenti temporanei.

Comitato: Provincia aut. Trento

Attività e iniziative: Deleghe attribuite con delibera dell'Autorità n. 695/06/CONS. Accordo siglato il 5 febbraio 2007, con decorrenza dal 1º marzo 2007. Per quanto riguarda la tutela dei minori, il Comitato oltre al controllo del rispetto della normativa vigente ha messo in campo azioni positive nei confronti stimolando l'autopromozione di programmi ad hoc. Il Comitato ha assunto quale impegno prioritario il progetto di digitalizzazione del territorio della Provincia autonoma facendo così parte, insieme a Sardegna e Valle d'Aosta, del gruppo di testa della sperimentazione avviata dal Ministero. Il Comitato ha inoltre messo in campo un progetto di monitoraggio sull'arco di 18/24 mesi per misurare il tasso di crescita spontaneo del mercato nel processo digitale.

Risoluzione controversie: 301 istanze pervenute

116 esito positivo 38 mancato accordo 15 mancata comparizione 3 provvedimenti temporanei.

Comitato: Umbria

Attività e iniziative: Nel corso dell'anno 2007, il Co.re.com. Umbria ha effettuato un monitoraggio sistematico delle emittenti locali per verificare il rispetto del codice di autoregolamentazione TV e minori. L'analisi svolta se da una parte ha visto un generale rispetto dei principi deontologici e delle norme stabilite a tutela dei minori, in secondo luogo una scarsa attenzione alla produzione e alla messa in onda di programmi per bambini nelle fasce di programmazione in cui si presume siano più numerosi davanti alla TV. Tra le iniziative di rilievo, si segnala la ricerca "La magia nell'emittenza televisiva umbra", una ricerca sulla comunicazione sportiva in collaborazione con il Coni Umbria, il concorso nazionale radiotelevisivo "Sorella Acqua", il premio regionale "ComunicareinUmbria".

Risoluzione controversie: 641 istanze

101 conciliate 207 non conciliate 76 udienze svolte.

Comitato: Valle d'Aosta

Attività e iniziative: Per la tutela dei minori, oltre all'attività ordinaria di monitoraggio a campione delle emittenti locali, il Comitato ha trasmesso all'Autorità, per le valutazioni e le determinazioni del caso, una precisa e puntuale relazione circa la programmazione presente sui canali satellitari, frutto di un monitoraggio svolto sulla fascia oraria protetta, dalle ore 16.00 alle 19.00. La Regione Valle d'Aosta ha costituito un gruppo di lavoro con il compito di redigere un Piano di attuazione che definisca le condizioni necessarie per il completamento della digitalizzazione della regione, attraverso un'ottimizzazione dell'uso delle infrastrutture del territorio e un nuovo piano di utilizzo delle frequenze. Il Co.re.com. partecipa all'iniziativa attraverso il suo vice presidente in qualità di consulente e supervisore. Inoltre il Co.re.com. ha provveduto a riattivare il tavolo tecnico sulla qualità del servizio Rai.

Risoluzione controversie: 108 udienze svolte

140 procedimenti complessivi trattati

47% di risoluzioni positive 53% non conciliate.

Comitato: Veneto

Attività e iniziative: Nel corso del 2007, l'attività di conciliazione ha avuto un incremento del 55% delle istanze pervenute. In considerazione del fatto che il personale dedicato è rimasto lo stesso, ciò ha determinato una diminuzione del rapporto tra conciliazioni pervenute e conciliazioni evase, passando dallo 0,53 dell'anno precedente allo 0,26 del 2007. Per quanto riguarda la tutela dei minori, è stata fatta una segnalazione all'Agcom per presunta violazione del codice di autoregolamentazione TV e minori. Sono da ricordare importanti manifestazioni e convegni come il Progetto "Internet e minori: navigazione sicura", "Cosa trovo nella rete", il seminario su "Limiti e garanzie della par condicio". Da segnalare inoltre il progetto "Monitoraggio dell'informazione televisiva locale in Veneto: aspetti quantitativi e qualitativi della rappresentanza della politica". Sono stati anche predisposti degli spot informativi aventi per oggetto le funzioni e le competenze del Co.re.com.

Risoluzione controversie: 2090 istanze pervenute

535 udienze di conciliazione 294 (55%) esito positivo 240 (45%) esito negativo 524 provvedimenti temporanei.

Nel corso dell'anno trascorso, si è tra l'altro giunti alla consapevolezza che, consolidata ormai la prima fase di decentramento delle competenze con l'assegnazione delle materie che sono state delegate in virtù delle apposite convenzioni firmate, sia giunto il momento di compiere un ulteriore salto di qualità e creare le premesse affinché i Comitati possano essere investiti di ulteriori e più importanti competenze che rafforzino e aumentino il ruolo dei Co.re.com. sul territorio per diventare sempre più un punto di riferimento avanzato per la tutela del consumatore ed il rispetto dei principi di pluralismo. A questo scopo, attraverso la costituzione di due appositi gruppi di lavoro sono state definite le linee quida per l'attribuzione delle deleghe in materia di monitoraggio radiotelevisivo locale e di tenuta del ROC (Registro degli operatori di comunicazione). In merito vanno segnalati alcuni incontri particolarmente significativi organizzati dall'Autorità insieme alla Conferenza nazionale dei Co.re.com. ed aventi lo scopo di approfondire le tematiche oggetto dell'ulteriore attività di delega. Si ricordi, in particolare, il seminario tenutosi a Bologna in data 8 marzo 2007 sul Registro degli operatori di comunicazione e quello tenuto a Perugia in data 11 ottobre 2007 sul monitoraggio radiotelevisivo locale. Detto percorso ha avuto quale esito finale l'approvazione delle delibere n. 631/07/CONS e n. 632/07/CONS del 12 dicembre 2007 con le quali sono stati recepiti gli esiti dei Gruppi di lavoro e che rappresenteranno lo strumento con il quale si procederà a trasferire queste importanti competenze ai Comitati che ne faranno richiesta e che verranno ritenuti in grado di gestirle in modo ottimale.

In quattro Regioni (Molise, Sicilia, Campania, Sardegna), i Comitati non sono ancora pienamente operativi e, dunque, in grado di richiedere all'Autorità il conferimento delle funzioni delegate. Al fine di completare il quadro istituzionale dei Comitati regionali per le comunicazioni, l'Autorità ha promosso azioni di sensibilizzazione verso gli Enti locali competenti. Inoltre, per alcuni Co.re.com. si sono registrate criticità determinate dai tardivi rinnovi dei Comitati, mentre per il Co.re.com. Calabria a seguito del Commissariamento operato da parte della Regione si è proceduto alla sospensione delle deleghe da parte dell'Agcom con delibera n. 543/07/CONS del 31 ottobre 2007.

Si evidenzia che a partire dal 1º marzo 2008 è divenuta operativa la delega al

Comitato provinciale per le comunicazioni di Bolzano. In ogni caso, la valutazione complessiva dell'esperienza pregressa ha consentito di porre termine alla fase sperimentale della delega di funzioni, come del resto richiesto dai Comitati stessi, e di pianificare un regime ordinario, con decorrenza 1° gennaio 2007, dando applicazione alla delibera n. 666/06/CONS.

Dal punto di vista istituzionale, va sottolineato quale momento di grande importanza l'intesa intercorsa tra l'Autorità, e la Conferenza dei Presidenti delle Regioni e delle Province autonome e la Conferenza dei Presidenti dell'Assemblea, dei Consigli regionali e delle Province autonome, per la riapertura del tavolo che porterà all'aggiornamento dell'Accordo quadro del giugno 2003, accordo con il quale fu definita la cornice giuridica per l'assegnazione delle deleghe. Questa esigenza è emersa in virtù dell'evoluzione normativa e tecnologica intervenuta in questi anni nei settori di competenza dell'Autorità che presuppone una nuova prospettiva sia per quanto riguarda quanti e quali materie siano da delegare, sia gli strumenti che vanno assicurati per l'ottenimento del miglior risultato. Basti pensare all'attività in materia di conciliazione che è cresciuta in modo esponenziale diventando nel tempo una attività di grande impatto per l'immagine dei Comitati e per il servizio reso ai cittadini.

Alla luce delle nuove prospettive, si sono svolti incontri preliminari all'apertura di un tavolo istituzionale, insediatosi in data 30 gennaio 2008, con la Conferenza dei Presidenti delle Regioni e delle Province autonome e la Conferenza dei Presidenti dell'Assemblea, dei Consigli regionali e delle Province autonome, al fine di definire il percorso successivo, verificando e concordando la disponibilità di nuove risorse e il conferimento di ulteriori deleghe o l'ampliamento di funzioni già delegate. Il Consiglio dell'Autorità, infatti, si è espresso positivamente sull'avvio di un percorso finalizzato a delegare il monitoraggio radiotelevisivo locale e alcuni Comitati hanno già manifestato la disponibilità ad esercitare tale funzione. In particolare, pur in assenza di formale conferimento di delega, in alcune regioni sono state attivate autonome soluzioni di monitoraggio (accordi con Ispettorati del Ministero delle comunicazioni, con le Università, con i Centri di rilevazione, ecc.) che sono oggetto di analisi, da parte dell'Autorità, per l'individuazione di un modello di riferimento.

3.5. I rapporti con le Università e gli enti di ricerca

Allo scopo di presidiare gli eventi ed i cambiamenti imposti dal progresso tecnologico e dal mercato globale delle comunicazioni, l'Autorità deve dotarsi di una buona capacità di previsione degli eventi stessi e degli scenari con essi compatibili, mediante strumenti sganciati dall'attività quotidiana di *routine*, in modo da poter cercare di prevedere, con una ragionevole capacità di approssimazione, i futuri sviluppi sui piani - diversi ma interdipendenti - delle tecnologie e dei mercati.

Di conseguenza, l'Autorità promuove, condivide e cura lo sviluppo delle necessarie competenze professionali che qualificano la propria attività istituzionale e tecnica consentendole di svolgere un ruolo rilevante nel mondo delle comunicazioni elettroniche, in grado di rispondere all'evoluzione di mercati sempre più transfrontalieri ed interconnessi.

Si tratta di un obiettivo primario per la missione dell'Autorità, perseguito attraverso intensi e fruttuosi rapporti con il mondo accademico e i centri di ricerca nazionali e internazionali, con cui realizza, tra l'altro, Convenzioni e Accordi-Quadro, onde avere sulle varie problematiche un contributo sia interno che esterno all'Autorità.

L'impegno a sviluppare sempre più stretti rapporti con il mondo accademico e della ricerca, regolati di consueto con lo strumento della Convenzione bilaterale, è volto ad attivare collaborazioni strutturali che consentano all'Autorità di rispondere all'esigenza di presidiare l'evoluzione/innovazione tecnologica e normativa nel settore delle comunicazioni elettroniche.

Tale rete di rapporti ha indotto una virtuosa e proficua collaborazione, fondata sul dialogo continuo come presupposto per un reale arricchimento in materia di innovazione tecnologica e di sviluppo nel settore delle comunicazioni e dei servizi multimediali, che si basa sullo scambio di informazioni e professionalità e si concreta nella reciproca contribuzione, necessaria anche per la definizione congiunta di temi di ricerca e la partecipazione a progetti di ricerca comune.

Al riguardo, nell'anno 2007, apprezzate occasioni di confronto sono state realizzate con la partecipazione dell'Autorità a gruppi di ricerca legati al mondo accademico e di studio, come ad esempio con l'ISIMM (Istituto per lo studio dell'innovazione) e l'I-COM (Istituto per la competitività).

L'interazione continua e costante con esperti e studiosi del settore è testimoniata anche da convegni, giornate di studio e seminari promossi e sostenuti dall'Autorità in cui i principali temi trattati hanno riguardato: "Aspetti generali sulla tecnologia Wi-Max e sua introduzione in Italia. Meccanismi di asta nel wireless"; "L'impatto dei processi di liberalizzazione e privatizzazione sui servizi di telefonia vocale su rete fissa in Italia"; "L'industria dei contenuti nella discontinuità tecnologica. IPTV e Web TV: scenari e prospettive di mercato"; "Le determinanti dello sviluppo degli accessi a banda larga in Italia"; "Modello Bottom Up LRIC per la stima dei costi di terminazione degli OAO (Other Alternative Operators)" e "Monitoraggio e Comparazione della Regolamentazione delle ANR in ambito europeo. TLC e Media".

Sulla base delle indicazioni delle varie strutture dell'Autorità e delle autonome valutazioni della Direzione studi, ricerca e formazione è quindi possibile mettere in cantiere progetti di ampio respiro in collaborazione con Università / Centri di Ricerca,

con largo anticipo rispetto al verificarsi delle situazioni di urgenza delle istanze regolatorie.

Per quanto riguarda la collaborazione con le Università nel settore della Formazione, l'Autorità intende lavorare su due fronti: "esterno" (Territorio – Nazione), gettando le basi per una "Scuola di Alta Formazione Campana", ed "interno" (Formazione interdisciplinare su temi di avanguardia e con particolare riferimento al tema della misurazione del capitale intellettuale). Si potrebbe pensare di lanciare un progetto formativo innovativo in cooperazione con altri Enti Pubblici (Consob, Antitrust, Banca d'Italia, Cnipa, Corte dei Conti, altro), che una volta completato potrebbe essere messo a disposizione della Funzione Pubblica e sviluppare ulteriormente i rapporti con le Università e con la Scuola Superiore della Pubblica Amministrazione -- una sorta di "Corporate University" condivisa con le realtà di cui sopra.

Infine, ma non meno importante si intende promuovere - in continuità con quanto svolto negli anni passati - un pacchetto di Accordi / Convenzioni con Università e Centri di Ricerca, volte ad interventi formativi sugli studenti "pre-laurea" (stages formativi in Autorità, *tutorship*, corsi e seminari di esperti dell'Autorità presso le Università) e "post-laurea" (Master Formativi, stages, altro).

In tale quadro, tenuto conto anche delle esperienze passate che hanno prodotto risultati molto positivi, si conservano costanti ed ininterrotti rapporti privilegiati – formalizzati con apposite Convenzioni - con le più importanti Università italiane finalizzati anche a sostenere lo svolgimento di Master e Corsi di perfezionamento per giovani ad elevato potenziale, al fine di supportare il processo di formazione nelle materie di interesse dell'Autorità.

A partire dal 2009, in virtù di una specifica attività di programmazione, la Direzione Studi, Ricerca e Formazione dell'Autorità intende avviare una procedura organica e diffusamente pubblicizzata (attraverso il sito web dell'Autorità e la gestione di specifiche mailing list) per la definizione di Accordi Quadro, Convenzioni e Contratti con Università ed Enti di Ricerca per:

- Master, Stages, Praticantati, Accordi di Collaborazione
- Progetti di Studio, Ricerca e Formazione
- Seminari per l'Autorità e Scuola Alta Formazione Campana.

Una volta finalizzata, essa consentirà all'Autorità di assicurare lo sviluppo di collaborazioni specifiche sia nell'area giuridico-economica che in quella tecnico-scientifica, rendendo possibile stipulare rapidamente specifiche Convenzioni per realizzare Studi, Ricerche, Progetti, Formazione, Master e quant'altro.

Relativamente alle "Convenzioni Master", per l'anno in corso l'Autorità ha ritenuto di effettuare una selezione delle proposte pervenute, tenendo conto dei seguenti criteri:

- effettivo interesse del Master per l'attività dell'Autorità;
- collocazione geografica (equi-ripartizione, per quanto possibile, dei finanziamenti ai Master nelle varie macro-regioni Italiane: Nord, Centro, Sud ed Isole);
 - disciplina accademica (master in Tecnologie, Economia, Diritto, Sociologia);
- integrazioni di competenze disciplinari e/o profili merceologici diversi nei settori di riferimento (Telecomunicazioni, Radiotelevisivo, Media);

Pertanto, le proposte di collaborazione selezionate dall'applicazione dei suddetti criteri sono risultate essere le sequenti:

- Università di Napoli "Federico II" Facoltà di Economia Master Universitario di II livello in Concorrenza, Economia della Valutazione e della Regolamentazione;
- Università di Roma "Tor Vergata" Facoltà di Economia / CEIS (Centro di Studi Internazionali sull'Economia e lo sviluppo) Master di II livello in Antitrust e Regolazione dei Mercati;
- Università di Roma "Tor Vergata" Facoltà di Ingegneria Master di II livello in Ingegneria per le Pubbliche Amministrazioni;
- Università degli Studi di Firenze Facoltà di Giurisprudenza Master in Diritto delle Comunicazioni Elettroniche Information & Communication Technologies;
- Università Commerciale Luigi Bocconi di Milano Master in Economia e Gestione dei Servizi di Pubblica Utilità (MEGeS);
- Università di Sassari Master in Giornalismo e nuovi media (in corso di preparazione).

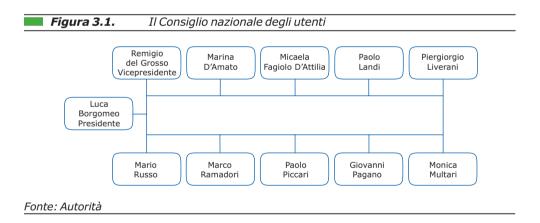
Un altro settore di estremo interesse per l'Autorità sono i progetti di studio e ricerca in collaborazione con le Università. Tra i vari temi di attualità, la Direzione studi, ricerca e formazione dell'Autorità sta predisponendo gli strumenti per un presidio permanente di eccellenza ("think tank") dell'Autorità sulle tematiche tecnologiche, infrastrutturali, normative ed opere civili relative alle Reti NGAN (Next Generation Access Network).

L'evoluzione tecnologica delle infrastrutture di rete verso la Next Generation Network (NGN) pone infatti una serie di interrogativi di carattere tecnico, economico, giuridico e, viste le dimensioni degli investimenti in gioco, di politica industriale. In quest'ambito, si rende necessario approfondire le problematiche connesse all'architettura da adottare per l'accesso, alle convergenze con le tecnologie radio, alla valutazione economica del ICT, all'evoluzione dei mercati, alla regolamentazione dell'accesso alle infrastrutture, alla predisposizione di procedure certe e uniformi sull'intero territorio nazionale e, più in generale, all'incentivazione degli investimenti infrastrutturali con particolare riferimento alle opere difficilmente replicabili.

3.6. Il Consiglio nazionale degli utenti

La legge 31 luglio 1997, n. 249, istituisce presso l'Autorità il Consiglio nazionale degli utenti (CNU) affidandogli l'importante compito di tutelare i diritti e le legittime esigenze dei cittadini protagonisti del processo comunicativo. Il Consiglio, nel perseguire questo scopo, 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; può, altresì, organizzare confronti e dibattiti sulle questioni connesse a questo tema. Nell'esercizio delle attribuzioni conferitegli dalla legge, a tutela degli interessi degli utenti dei servizi di telecomunicazione e radiotelevisivi, il Consiglio ha, tra le finalità principali, quella di dare attuazione alle istanze democratiche di salvaguardia della dignità umana nel sistema della comunicazione. La legge istitutiva, infatti, include espressamente tra le materie di competenza del Consiglio l'affermazione dei diritti e della dignità della persona e le particolari esigenze di tutela dei minori.

Il Consiglio esprime ampiamente il pluralismo del mondo associativo di cittadiniutenti, consumatori, genitori, minori e persone diversamente abili ed è attualmente composto da undici membri (figura 3.1.) particolarmente qualificati in campo giuridico, sociologico, psicologico, pedagogico e mass-mediale nominati dall'Autorità sulla base delle designazioni effettuate da ventiquattro associazioni prescelte tra le più di quaranta che hanno proposto candidati.



Il Consiglio si è impegnato costantemente in un'intensa attività finalizzata a tutelare la comunità degli utenti in generale e in particolare, in ossequio all'espresso dettato normativo, quella dei minori.

Con il fine specifico di promuovere la conoscenza delle complesse problematiche insite nel rapporto tra il mezzo televisivo e i minori, di accrescere la consapevolezza del ruolo che la televisione svolge nell'educazione dei minori e di promuovere una loro maggiore e più compiuta tutela, il Consiglio ha promosso, d'intesa con l'Autorità e con il patrocinio della Conferenza dei rettori delle università italiane, un concorso per il conferimento di cinque premi di laurea sul tema "TV e Minori", di duemila euro ciascuno,

aperto ai laureati nel periodo dal 1 luglio 2006 al 31 luglio 2007. L'iniziativa è stata accolta favorevolmente; sono infatti pervenute ben 109 tesi di laurea alcune delle quali di notevole interesse culturale e valore scientifico. I partecipanti appartenevano a 38 università dislocate in 15 Regioni e alle più diverse facoltà; l'ampia diffusione sul territorio nazionale conferma un notevole interesse per il tema proposto dal Consiglio.

La Commissione giudicatrice, composta dai membri del Consiglio nazionale degli utenti e presieduta dal Presidente dell'Autorità, ha assegnato, dopo un accurato esame, cinque premi in denaro e ha attribuito otto attestati di merito ad altrettante tesi non giudicate vincitrici ma ritenute comunque meritevoli. Le cinque tesi vincitrici sono state pubblicate sul sito Internet del Consiglio e sono state inserite in un cd riprodotto in cinquecento copie per consentirne la diffusione tra associazioni ed enti interessati.

La cerimonia di premiazione si è svolta il 24 gennaio 2008 nell'ambito di un Convegno sul tema media e minori, organizzato dal Consiglio nazionale degli utenti, che ha visto una notevole e interessata partecipazione sia da parte degli utenti sia da parte di rappresentanti delle istituzioni. Alla luce del successo dell'iniziativa, l'Autorità ha accettato di buon grado la proposta del Consiglio di bandire un nuovo concorso analogo al primo e aperto agli studenti che conseguiranno il diploma di laurea, tra il 1º luglio 2008 e il 31 luglio 2009, con tesi di laurea sul tema "Audiovisivi e Minori". L'argomento è stato proposto con l'intento di includere tra gli argomenti da approfondire oltre alla televisione anche Internet, la videofonia e i videogiochi e prendere in esame la tutela dei diritti dei bambini e degli adolescenti nel mondo dei media comprendendone tutte le implicazioni derivanti dalla digitalizzazione delle forme di comunicazione.

Nel corso del Convegno "Media e Minori", che ha visto la premiazione dei vincitori del Concorso "TV e Minori", il Consiglio nazionale degli utenti ha diffuso un documento contenente le proprie tesi sulla elaborazione di un più efficace sistema di regolamentazione finalizzato ad una più compiuta tutela dei diritti dei minori in quattro principali settori: televisione, Internet, videofonia e videogiochi. A parere del Consiglio è, infatti, urgente procedere ad un riassetto normativo globale della materia della tutela dei minori creando un sistema unitario di norme comprendente, sotto il sistema della coregolamentazione, i diversi ambiti mediatici. In sostanza il Consiglio propone di elaborare un codice media e minori che fissi i principi generali e i criteri oggettivi ai quali devono ispirarsi gli operatori dei diversi settori nel predisporre e distribuire servizi e prodotti. A questa elaborazione, che dovrebbe in parte ispirarsi ai contenuti dei codici di autoregolamentazione vigenti in Italia e nei principali Paesi europei, dovrebbero partecipare i rappresentanti degli operatori e quelli degli utenti, coadiuvati da un coordinamento di carattere istituzionale. Secondo il Consiglio il nuovo codice, una volta approvato dalle parti interessate, considerata la sua rilevanza sociale e le sue funzioni di tutela di un interesse generale, dovrebbe assumere una validità erga omnes, come, a suo tempo, è avvenuto per il Codice di autoregolamentazione TV e minori.

Il sistema suggerito dal Consiglio nazionale degli utenti per l'applicazione del nuovo codice appare notevolmente innovativo in quanto prevede l'impegno in prima persona degli operatori che dovrebbero autocertificare la conformità del prodotto ai dettami del nuovo codice prima della diffusione in rete o dell'immissione sul mercato.

Il Consiglio ha tenuto a precisare che la attribuzione di responsabilità agli operatori è un esplicito riconoscimento di capacità professionale e di sensibilità alle problematiche inerenti alla tutela dei minori. La proposta del Consiglio prevede di affidare la verifica dell'autocertificazione a un organismo pubblico che non dovrà effettuare con-

trolli generalizzati, ma procedere a seguito di segnalazioni qualificate e sia dotato di significativi poteri sanzionatori.

Il Consiglio ha continuato a sostenere la posizione assunta con la delibera del 2 aprile 2007 con la quale è intervenuto nel dibattito sulla riforma del sistema di revisione delle opere cinematografiche. Anche su questo tema il Consiglio, modificando totalmente la prospettiva dell'azione delle Commissioni stesse, ha introdotto un analogo elemento di novità basato sull'autocertificazione da parte degli stessi produttori dell'utenza più adatta alla fruizione del film e sul superamento dell'attuale sistema imperniato sull'esame preventivo di tutti i prodotti cinematografici. Il sistema dovrebbe imperniarsi, secondo il Consiglio, sulla previa definizione di una griglia di valutazione che consenta una verifica dell'autocertificazione da parte di un organismo pubblico attivato da segnalazioni qualificate.

L'introduzione del concetto di autocertificazione è coerente con la posizione, più volte espressa dal Consiglio, intesa alla diffusione, attraverso il coinvolgimento di tutti i protagonisti del settore della comunicazione, di una coscienza del rispetto della dignità degli utenti basata sulla qualità dei programmi e dei prodotti. In questo modo il Consiglio persegue l'assolvimento della sua principale funzione che è quella di pervenire ad un equilibrato sistema nel quale i cittadini utenti acquistino piena dignità di protagonisti del processo comunicativo, come previsto dalla legge istitutiva e ribadito dall'Autorità nell'articolo 1 della delibera n. 54/99, concernente il funzionamento del Consiglio stesso.

Il Consiglio, attenendosi a quanto delineato nella propria delibera del 16 ottobre 2006 concernente "Telefonia mobile e minori", ha continuato a monitorare l'attivazione delle misure di sicurezza che gli operatori di telefonia mobile devono implementare al fine di garantire che gli adolescenti nell'utilizzare il telefono cellulare non possano accedere a materiale vietato ai minori.

Il Consiglio ha, inoltre, affrontato la tematica relativa alla diffusione dei videogiochi inadatti ai minori. Su tale materia il Consiglio, pur riconoscendo il valore artistico di alcuni prodotti e il diritto degli adulti di utilizzarli, ha sostenuto la necessità che l'uso da parte dei minori di videogiochi che propongono modelli comportamentali violenti e sono portatori di contenuti pericolosi debba essere controllato al fine di tutelare lo sviluppo psicofisico di bambini e adolescenti. Il Consiglio ha anche evidenziato che l'attuale codice di autoregolamentazione PEGI (Pan European Game Information) non prevede sanzioni realmente dissuasive nei confronti dei produttori che mettono in commercio videogiochi indicando sulla confezione fasce di età inadatte alla loro fruizione. Al fine di richiamare l'attenzione dell'opinione pubblica e delle istituzioni sui possibili danni che alcuni videogiochi possono causare a bambini e adolescenti, il Consiglio sta organizzando un convegno sul tema dei videogiochi e della tutela dei minori. Il Consiglio ha svolto sull'argomento una intensa attività fatta di prese di posizione, di denunce e di audizioni parlamentari proponendo anche in questo caso la stesura da parte dei produttori e degli utenti, con un coordinamento istituzionale, di un nuovo codice di autoregolamentazione basato sulla autocertificazione da parte dei produttori o dei distributori della corrispondenza del prodotto ai dettami del codice e sul successivo controllo, non generalizzato ma basato su segnalazioni qualificate, da parte di un organismo pubblico che possa comminare eventuali sanzioni.

Il Consiglio ha proseguito la sua azione nei confronti del canone Rai sostenendo, in particolare, la necessità di definire gli obblighi di servizio pubblico, l'incidenza reale delle trasmissioni di servizio pubblico nel bilancio, le modalità per una immediata iden-

tificabilità di queste trasmissioni da parte degli utenti, l'entità del gettito pubblicitario e l'effettivo condizionamento che esso esercita sulla programmazione.

In particolare il Consiglio ha ribadito che la Rai dovrebbe orientare la sua intera programmazione ai principi del servizio pubblico, ricercare un'audience basata su un'offerta di qualità, promuovere la crescita qualitativa delle aspettative dell'utenza e rinunciare a quelle forme di concorrenza con le emittenti commerciali che deprimono la qualità dei programmi.

D'altro canto il Consiglio ha espresso soddisfazione per gli spot che la Rai ha mandato in onda nell'ambito della campagna di sensibilizzazione sulla necessità che genitori ed educatori non lascino soli i minori davanti alla televisione che fa parte di una azione più vasta in materia di tutela dei minori prevista dall'articolo 7 del nuovo contratto di servizio. Il Consiglio ha, in particolare, condiviso l'impostazione dello spot che con lo slogan "Bambini e televisione: meglio non distrarsi" sollecita il "parental control" nella fruizione televisiva, soprattutto per quanto riquarda le immagini crude trasmesse dai telegiornali e dai programmi di informazione. Il Consiglio ha precisato che l'invito agli adulti va letto in maniera più ampia e riguarda anche l'educazione alla lettura dei linguaggi televisivi, con una particolare attenzione ai contenuti di cui le emittenti devono, peraltro, farsi direttamente carico. Ha, inoltre, sottolineato come agli strumenti di tutela dei minori e di perseguimento delle violazioni delle norme, vada affiancata un'azione consistente nel cambiare modello e costruire indici più complessi di valutazione dei programmi. Il Consiglio ha, infine, espresso l'auspicio che, in tempi brevi, l'indice di qualità dei programmi Rai, previsto dal contratto di servizio, sia affiancato alle quotidiane rilevazioni quantitative degli ascolti.

Il Consiglio nazionale degli utenti ha espresso vivo apprezzamento per l'operato dell'Autorità che ha colpito con incisive sanzioni alcune emittenti nazionali per aver trasmesso programmi, telefilm e telegiornali, in violazione delle norme poste a tutela dei minori. Ha ritenuto di particolare rilevanza l'intervento nei confronti di un telegiornale sanzionato per aver mandato in onda un servizio concernente un incidente probatorio che aveva come protagonisti bambini coinvolti in una inchiesta su presunti abusi sessuali in una scuola sottolineando che le stesse udienze del Tribunale per i minorenni sono tenute sempre a porte chiuse allo scopo di tutelare i minori coinvolti. Il Presidente del Consiglio nazionale degli utenti, Luca Borgomeo, ha precisato che l'azione dell'Autorità ha giustamente colpito, con una esemplare sanzione, un ulteriore abuso perpetrato nei confronti di minori vittime di una incresciosa diffusione di notizie e immagini, causata, nonostante la delicatezza dell'argomento, dalla frenesia di inseguire a tutti i costi l'audience. Il Consiglio ha, inoltre, espresso l'auspicio che questa sanzione possa servire da monito per coloro che intendono utilizzare l'alibi della libertà di informazione per spettacolarizzare episodi di cronaca nera, violenza e persino abusi nei confronti di bambini.

Il Consiglio nazionale degli utenti ha espresso la propria soddisfazione per la decisione assunta dall'Autorità di prevedere un blocco per *default* a maggiore tutela degli utenti dai cosiddetti servizi a sovrapprezzo sottolineando che in questi ultimi anni sono state numerosissime le denunce delle Associazioni di consumatori nei confronti delle numerazioni a valore aggiunto alle quali si è unito il fenomeno dei numeri satellitari, tutti servizi oggetto di contestazioni perché addebitati in bolletta anche se non richiesti. Il Cnu ha sottolineato che ciò ha portato il settore della telefonia al primo posto per numero di reclami e procedure di conciliazione. Per combattere tali abusi la proposta avanzata dal Consiglio nazionale degli utenti e dalle Associazioni di consumatori è stata

quella di fornire a tutti gli utenti un PIN gratuito per impedire raggiri e truffe e allo stesso tempo salvaguardare servizi che, svolti correttamente, possono risultare di grande utilità per i consumatori. In base alla decisione dell'Agcom, fino al 30 giugno saranno i consumatori a richiedere gratuitamente vari tipi di blocco all'operatore telefonico per impedire che dal proprio telefono vengano effettuate chiamate ai servizi a sovrapprezzo da luglio, invece, le norme saranno più stringenti. Tutte le numerazioni per i servizi a sovrapprezzo saranno, infatti, disattivate automaticamente dal gestore telefonico e coloro che vorranno usufruire di tali servizi dovranno richiedere il PIN. Il Consiglio nazionale degli utenti ha apprezzato questa scelta sottolineando che essa dovrebbe porre fine definitivamente ad un sistema che ha causato notevoli danni agli utenti.

L'Autorità mantiene con il Consiglio nazionale degli utenti un costruttivo rapporto basato su un flusso, reciproco e continuo, di informazioni, suggerimenti e stimoli, non necessariamente limitati alla veste ufficiale di pareri e proposte, che contribuisce, in maniera costante, all'espletamento delle funzioni dei due organismi nel pieno rispetto delle rispettive competenze. Il Consiglio, con la sua attività garantisce all'Autorità un costante e 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.

3.7. La Guardia di Finanza e la Polizia postale e delle comunicazioni

Con riferimento al quadro normativo ed al Protocollo d'Intesa stipulato nel luglio 2002, l'attività di collaborazione tra l'Autorità e la Guardia di Finanza – attraverso il Nucleo speciale per la radiodiffusione e l'editoria, recentemente transitato alle dipendenze del Comando Unità Speciali – ha confermato, nel periodo considerato (1º aprile 2007 – 31 marzo 2008), un rapporto di fruttuosa e proficua cooperazione che ha permesso, nell'ambito delle rispettive competenze, di attivare sinergie e professionalità in grado di incidere in maniera determinante sulla qualità degli interventi e sulla loro efficacia.

L'attività di collaborazione con la Guardia di Finanza si fonda sulla consolidata esperienza in campo economico-finanziario, utilizzata principalmente nelle attività di verifica inerenti al rispetto della normativa vigente in materia di posizioni dominanti, dei tetti massimi della raccolta pubblicitaria, degli obblighi di separazione contabile e di quelli previsti in capo agli operatori di comunicazione per quanto concerne il pagamento del canone annuo di concessione, nonché nell'attività di verifica della tutela del diritto d'autore e del rispetto del principio di parità d'accesso ai mezzi di comunicazione politica. Infatti, la Guardia di Finanza ha svolto un ruolo fondamentale nell'ambito dell'attività di vigilanza sull'accesso ai mezzi di comunicazione e sul controllo del rispetto della normativa in tema di tutela della proprietà intellettuale.

Si passano ora in rassegna le più significative attività di collaborazione fornite all'Autorità dal Nucleo speciale nel periodo in oggetto.

Par condicio

Nell'ambito del rispetto della normativa in materia di *par condicio*, nel corso delle campagne elettorali per le elezioni politiche e amministrative del 13 e 14 aprile 2008 nonché delle amministrative del maggio 2007, il Nucleo speciale per la radiodiffusione e l'editoria della Guardia di Finanza ha operato in stretta collaborazione con l'Autorità, fornendo, in particolare, un prezioso contributo all'Unità "*par condicio*":

- a) nell'acquisizione di supporti magnetici e di pubblicazioni;
- b) nell'azione di gestione delle segnalazioni di denunce relative ad emittenti e pubblicazioni locali, interfacciandosi, a seconda delle esigenze, con i Comandi provinciali della Guardia di Finanza, che sono dislocati in maniera capillare sul territorio nazionale;
- c) nel porre a disposizione, a seconda delle necessità, un'aliquota di personale specializzato nel periodo pre-elettorale;
- d) nell'esecuzione, in via ordinaria, di compiti di vigilanza e controllo secondo il contenuto delle deleghe ricevute, riguardanti anche aspetti connessi ad esigenze di garanzia e contenzioso.

Contributo degli operatori delle telecomunicazioni

Il Nucleo speciale per la radiodiffusione e l'editoria ha garantito il rispetto degli

adempimenti previsti in capo agli operatori del settore delle comunicazioni; in particolare, per quanto concerne il pagamento del contributo annuale dovuto all'Autorità, quale fonte di autofinanziamento calcolato, per il 2007, nella misura dello 1,5 per mille dei ricavi conseguiti, l'attività svolta dalla Guardia di Finanza, nel periodo considerato e riguardante la prima fase, ha permesso di individuare, relativamente al settore dell'editoria ed a quello radiotelevisivo, complessivamente 665 soggetti inadempienti all'obbligo di inviare la prevista comunicazione annuale all'Autorità, dei quali 195 non censiti nel data-base degli operatori. E' in previsione lo svolgimento di una seconda fase, che si svilupperà mediante il controllo e l'elaborazione dei dati di bilancio degli operatori di settore, al fine di verificare il corretto adempimento degli obblighi relativi al pagamento del contributo suddetto.

Pubblicità istituzionale degli Enti Pubblici

In tema di verifica degli obblighi in materia di pubblicità istituzionale il personale del Nucleo speciale ha complessivamente eseguito, sia autonomamente che in collaborazione con funzionari dell'Autorità, 11 controlli nei confronti di altrettanti Enti pubblici, che hanno permesso di rilevare diverse violazioni alla normativa di settore.

Sorveglianza e gestione delle segnalazioni nel settore delle comunicazioni elettroniche, nonché sulla qualità dei servizi forniti e sulle Carte dei servizi

Il Nucleo speciale per la radiodiffusione e l'editoria, nell'ambito della collaborazione prestata, ha effettuato 7 ispezioni nei confronti di 6 operatori di telecomunicazione, sia autonomamente che unitamente a funzionari dell'Autorità. L'attività ispettiva ha avuto come obiettivo, da una parte, il monitoraggio e la verifica della qualità e Carta dei servizi e, dall'altra, la verifica presso gli operatori delle comunicazioni elettroniche delle maggiori problematiche direttamente segnalate dai consumatori, quali:

- a) le attivazioni di servizi non richiesti;
- b) le procedure interne poste in essere dalla società di telecomunicazione al fine di contenere il fenomeno dell'attivazione/disattivazione di servizi non richiesti da parte dell'utenza:
- c) le modalità di commercializzazione, vendita ed assistenza di prodotti e servizi, con particolare riferimento alla modifica di piani tariffari e alle modalità di commercializzazione dei servizi a larga banda;
 - d) l'attivazione di servizi a sovrapprezzo e numerazioni internazionali.

Al riguardo sono state esaminate ed evase complessivamente 1036 segnalazioni pervenute all'Autorità da parte di utenti e/o dalle associazioni di categoria per servizi di comunicazione elettronica verso numerazioni speciali non richieste dagli utenti e/o per l'attivazione di servizi a sovrapprezzo.

Si sottolinea, inoltre, che personale del Nucleo speciale ha partecipato alle diverse riunioni del tavolo tecnico istituito ai sensi dell'articolo 6 della delibera n. 418/07/CONS, convocate dall'Autorità allo scopo di reprimere e prevenire i fenomeni fraudolenti sulle reti di comunicazioni elettronica, con particolare riferimento ai servizi a sovrapprezzo denunciati dagli utenti come non richiesti, ed è stato incaricato della

gestione delle segnalazioni di cui sopra, che si svilupperà mediante l'esecuzione di molteplici e complesse attività di indagine, anche di natura tecnica.

Infine, è stata ricevuta delega per l'esecuzione di 21 ispezioni nei confronti di operatori del settore delle comunicazioni al fine di verificare l'osservanza degli obblighi di cui all'articolo 25 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, recante "Codice delle comunicazioni elettroniche". L'attività, tuttora in corso, è stata conclusa nei confronti di 3 operatori.

Vigilanza in materia di trasmissione di programmi in contemporanea

Quanto all'attività di vigilanza in materia di trasmissione di programmi in contemporanea, di cui all'articolo 21 della legge 6 agosto 1990, n. 223, l'Autorità ha delegato il Nucleo speciale della Guardia di Finanza alla verifica, in capo ad alcuni circuiti radiofonici operanti in regime di *syndication*, del rispetto delle prescrizioni dettate dalla citata legge. L'attività di controllo, iniziata nel mese di marzo 2004 e conclusasi nell'aprile 2007, è stata svolta nei confronti di complessive 31 emittenti ed ha permesso di rilevare sia violazioni di natura penale, a fronte delle quali sono state inviate 28 comunicazioni di notizie di reato all'Autorità giudiziaria competente, sia fattispecie rientranti nella sfera di competenza della stessa Autorità delegante. In totale sono stati denunciati a piede libero 23 soggetti.

Verifiche in tema di diffusione di programmi pornografici in chiaro da parte di emittenti satellitari

Il Nucleo speciale, nell'ottobre 2007, ha iniziato una delicata e complessa attività ispettiva finalizzata alla verifica della presunta illecita diffusione in chiaro di programmi a contenuto pornografico nei confronti di complessive 28 emittenti satellitari, sulla base delle registrazioni eseguite con strumentazione tecnica in dotazione alla stessa Autorità delegante ed al Centro nazionale controllo emissioni radioelettriche del Ministero delle comunicazioni all'uopo interessato. Gli accertamenti ad oggi conclusi nei confronti di complessive 11 emittenti hanno permesso di constatare che 7 di esse hanno irradiato programmi pornografici in violazione degli articoli 4, comma 1, lettera b) e 34 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n.177; 3 di esse si sono, altresì, rese responsabili anche di violazioni agli articoli 5-ter, punto 6, della delibera n. 34/05/CSP e 23 del decreto ministeriale 2 marzo 2006, n.145. Tale attività è tuttora in corso.

Concorsi a premio televisivi con accesso tramite numerazioni a sovrapprezzo

Il Nucleo speciale, nell'ambito dell'attività di collaborazione istituzionale, è stato delegato ad eseguire controlli nei confronti di 31 emittenti televisive a carattere commerciale, sia nazionali che locali, in merito alla messa in onda di trasmissioni associate a concorsi a premio con accesso mediante numerazioni a sovrapprezzo, al fine di verificare, in particolare, il rispetto delle norme di cui agli articoli 4, comma 1, lettera b), del decreto legislativo 31 luglio 2005, n.177 e 5, comma 3, della delibera n. 93/03/CIR, nonché delle norme vigenti in materia pubblicitaria. Tale attività è tuttora in corso.

Registro degli operatori di comunicazione

Anche nell'anno in corso è proseguita la proficua collaborazione con il Servizio ispettivo e registro dell'Autorità da parte del personale del Nucleo speciale, che ha supportato, in maniera significativa, le attività proprie del Registro degli operatori di comunicazione.

In sintesi, il Nucleo speciale ha portato a conclusione, nel periodo considerato, complessivamente:

- a) n. 289 interventi su delega dell'Autorità, che hanno consentito l'individuazione di 120 irregolarità contestate o segnalate alla medesima Autorità e l'inoltro di 7 comunicazioni di notizie di reato alle Procure della Repubblica competenti;
 - b) n. 30 interventi per attività delegate dall'Autorità giudiziaria;
- c) n. 70 interventi avviati d'iniziativa che hanno consentito di contestare o segnalare all'Autorità giudiziaria 10 irregolarità.

Dall'insieme delle predette attività, che hanno consentito di accertare numerosi casi di violazioni, l'Autorità, a fronte delle segnalazioni ricevute dal Nucleo speciale, ha emanato, a conclusione dei procedimenti instaurati, appositi provvedimenti sanzionatori.

In materia di protezione del diritto d'autore e dei diritti connessi al suo esercizio, sono stati verbalizzati 15 soggetti, di cui 6 per violazioni amministrative e 9 denunciati a piede libero, con l'irrogazione delle relative sanzioni pecuniarie. Nell'ambito di tali interventi sono stati sottoposti a sequestro 4.034 pezzi di materiale informatico e altro (libri, opuscoli, stampati, supporti magnetici, computer ecc.).

Per quanto attiene all'attività svolta nell'anno 2007 dalla Sezione di Polizia postale e delle comunicazioni, nell'ambito del protocollo d'intesa stilato con l'Autorità in data 10 febbraio 2003, la medesima può essere così di seguito riassunta:

- i. attività di monitoraggio sui servizi a sovrapprezzo, forniti attraverso la numerazione 48411 (download delle suonerie relative al festival di Sanremo, tramite invio di un sms), ex articoli 12 e 20 del decreto 2 marzo 2006, n.145, che ha comportato la produzione di 17 verbali di monitoraggio. Dalla disamina della documentazione è emerso che un operatore di telefonia mobile, durante le fasi di acquisto del brano musicale, non forniva messaggi informativi relativi al costo del servizio.
- ii. attività concernente il fenomeno relativo alla numerazione 0878.xxx., finalizzata a verificare le modalità effettive di impiego della sopraindicata numerazione, assegnata dal competente Ministero delle comunicazioni ai diversi operatori telefonici, per i servizi di chiamate di massa per i televoto. A seguito di attività di iniziativa, tesa a ricercare i codici in questione pubblicati sui più noti quotidiani a tiratura nazionale, si constatava che detta numerazione veniva pubblicizzata in maniera ingannevole; infatti, il prefisso 0878.XXXX veniva spesso riprodotto come 08.78XXXX oppure come 087.8XXXX.
- iii. attività relativa alle carte di credito internazionali prepagate, per attività commerciali poco trasparenti, riguardanti le carte telefoniche internazionali prepagate emesse da una serie di operatori di telefonia. In particolare, alcuni operatori telefonici concorrenti applicavano delle condizioni di offerta teoricamente vantaggiose, su alcune carte telefoniche, che in realtà, risultavano, di fatto, non rispondenti al vero. Tale circostanza veniva posta in evidenza anche dai giornalisti di una nota trasmissione diffu-

sa da emittente televisiva operante a carattere nazionale. L'offerta era rivolta, per lo più, agli stranieri, residenti nel nostro territorio e dai monitoraggi effettuati con tali carte telefoniche, veniva riscontrato che il tempo di conversazione decurtato risultava sempre maggiore di quello effettivo, nonostante gli operatori dell'assistenza clienti, contattati più volte, avessero sempre dichiarato che, per le card prepagate internazionali non erano previsti addebiti di scatto alla risposta né di altra natura, ma solamente quelli relativi ai minuti di conversazione effettuata. La documentazione relativa all'attività svolta, trasmessa all'Autorità, ha comportato la notifica a due società di telefonia di una sanzione dell'importo compreso tra un minimo di euro 58.000 ad un massimo di euro 580.000 e una sanzione amministrativa compresa tra un minimo di euro 63.800 ed un massimo di euro 638.000. Mentre a carico di una terza società di telefonia (di proprietà di una società di diritto irlandese), veniva elevata una sanzione compresa tra un minimo di euro 127.000 e di un massimo di euro 1.276.000, dopo aver accertato l'inesistenza della stessa società all'indirizzo italiano conosciuto e dopo aver individuato in altra società, con sede in Roma, la società distributrice in esclusiva per l'Italia, delle schede telefoniche internazionali prepagate oggetto dei monitoraggi espletati.

Pertanto, si provvedeva a notificare le sanzioni citate direttamente a Londra, ove risultava esistere l'unica sede della citata società estera, secondo la normativa che regola la notifica internazionale degli atti.

L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, nella riunione del Consiglio del 9 ottobre 2007, con delibera n. 531/07/CONS, ha emesso ordinanza-ingiunzione a carico della società estera in parola, in relazione alla trasparenza tariffaria della carta telefonica internazionale gestita e, dopo aver esaminato gli esiti documentali degli accertamenti operati dalla Polizia postale e delle comunicazioni, le ha comminato il pagamento di euro 116.000,00 per le violazioni dell'articolo 70 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, quale sanzione amministrativa pecuniaria irrogata ai sensi dell'articolo 98, comma 16, del medesimo decreto legislativo, e l'ha diffidata dal porre in essere ulteriori comportamenti in violazione dell'articolo 70 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, con riferimento alla trasparenza delle tariffe applicate in relazione alle citate carte telefoniche prepagate.

- iv. attività di verifica sulle modalità di esercizio dei servizi di informazione elenco abbonati sulle numerazioni 12xy, nei confronti dei gestori di telefonia fissa e mobile, concernente "Misure urgenti in materia di fissazione dei prezzi del servizio di originazione da rete mobile, di chiamate verso numerazioni non geografiche relative al servizio informazioni abbonati". Da tale attività sono emerse delle difformità, sia per quanto riguarda il costo delle chiamate dirette verso alcune numerazioni, rispetto all'applicazione delle tariffe pubblicizzate dagli operatori stessi, sia per quanto riguarda l'assenza o la non completezza delle informazioni fornite dal messaggio di presentazione gratuito che precede le chiamate medesime.
- v. attività di monitoraggio televisivo nei confronti delle emittenti più rappresentative sul territorio nazionale, relativamente alle trasmissioni della serie di cartoni animati che usavano un linguaggio non consono ai minori. Dalle attività di monitoraggio eseguite di iniziativa della Sezione di Polizia postale e delle comunicazioni, si evinceva, a causa del turpiloquio rilevato e di alcune scene a sfondo sessuale, che non si trattava di un programma adatto ad un pubblico presumibilmente minorenne, in considerazione dell'orario in cui veniva trasmesso. Pertanto, l'Autorità ha provveduto ad irrogare una sanzione amministrativa di euro 25.000 a carico di una società operante nel settore televisivo nazionale privato.

vi. attività di monitoraggio di telefonia mobile, finalizzata a verificare le offerte di un operatore relativamente ad un servizio di video-messaggi segnalato dall'Associazione dei consumatori "ADUSBEF" per l'alto contenuto pornografico. A seguito di tale monitoraggio, l'operatore di telefonia mobile in questione decideva di sospendere, a fini cautelativi, l'erogazione dei servizi oggetto delle indagini.

vii. attività di monitoraggio nei confronti di emittenti televisive, mirate ad accertare la violazione della normativa vigente (delibera n. 34/05/CPS dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni) in materie di televendita e telepromozioni di servizi di cartomanzia, attraverso l'uso di numerazioni telefoniche per la fornitura di servizi a sovrapprezzo, anche a tariffazione speciale, in orari non consentiti.

viii. attività ispettiva svolta in collaborazione con l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni che, con la delibera n. 63/06/CONS, disponeva le proprie funzioni ispettive direttamente presso le sedi dei soggetti operanti nel settore delle comunicazioni, avvalendosi della collaborazione degli appartenenti alla Polizia postale e delle comunicazioni.

ix. attività di sopralluogo ex delibera n. 502/06/CONS, presso gli impianti radiotelevisivi, serventi i capoluoghi di regione ovvero di provincia più importanti, per la verifica tecnico-amministrativa degli impianti ivi ubicati, ove si riscontravano per i siti radioelettrici della provincia di Ancona, Aosta, Trapani, Matera, la violazione dell'articolo 195 D.P.R. n. 156/73, modificato dall'articolo 30, comma 7, della legge n. 223/1990, dell'articolo 23, comma 4, della legge n. 112/04 e dell'articolo 98, comma 3, Decreto legislativo n. 29/03 e l'avvio delle indagini presso le competenti Autorità giudiziarie.

Sono state, inoltre, svolte dalla sezione di Polizia postale e delle comunicazioni 141 attività concernenti prevalentemente monitoraggi ed accertamenti sulla pubblicizzazione della pornografia diffusa attraverso le emittenti televisive ed i siti Internet, oltre a segnalazioni di programmi radiofonici volgari nei contenuti ed in onda durante la fascia oraria protetta, a tutela dei minori.

E' stato anche fornito supporto nell'ambito dell'attività inerente all'attivazione, da parte di operatori di telefonia fissa e mobile, di servizi non richiesti dall'utenza (in particolare 122 fascicoli trattati).

La sezione di Polizia postale e delle comunicazioni ha, inoltre, svolto attività di denuncia all'Autorità giudiziaria, sia relativamente ad attività connesse a quella istituzionale, nello specifico sono state rese 231 denunce per frodi informatiche, clonazione di carte di credito e bancomat, patite prevalentemente attraverso siti Internet operanti con modalità di vendita a mezzo d'asta; 1331 querele, esposti e segnalazioni per frodi informatiche e disconoscimento di traffico telefonico indirizzato verso codici a tariffazione speciale e 29 denunce ordinarie.

Sono state anche svolte alcune attività di indagine in materia di verifica del superamento dei livelli di inquinamento elettromagnetico ed attività svolte nell'ambito della pirateria audiovisiva e telematica.

4 L'organizzazione dell'Autorità

4.1. L'organizzazione e le risorse umane

L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, istituita dalla legge n. 249 del 31 luglio 1997, è l'organo di vigilanza e di garanzia del sistema delle comunicazioni. L'Autorità ha natura di organismo indipendente e carattere di neutralità, cui il legislatore ha voluto che fosse informata la sua azione, proprio in virtù dei compiti di tutela e garanzia attribuiti all'Autorità in un settore così sensibile.

La composizione e la struttura dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni sono illustrate nell'articolo 1, comma 3 della legge n. 249/97. A differenza di altre Autorità indipendenti presenti nel nostro ordinamento, infatti, l'Autorità è un'istituzione complessa, articolata in quattro organi: il Presidente, la Commissione per le infrastruture e le reti, la Commissione per i servizi ed i prodotti, il Consiglio. Le Commissioni, costituite dal Presidente dell'Autorità e da quattro commissari, e il Consiglio, costituito dal Presidente e da otto commissari, sono organi collegiali.

La rigida distinzione tra gli organi trova riscontro nelle differenti modalità di investitura dei componenti e nell'esercizio di competenze proprie, che ne definiscono la diversa vocazione e specializzazione. Un ruolo di coordinamento e di direzione è affidato al Presidente, quale unico organo di raccordo.

Il Presidente dell'Autorità è nominato con decreto del Presidente della Repubblica adottato su proposta del Presidente del Consiglio dei Ministri d'intesa con il Ministro delle comunicazioni, previa sottoposizione della designazione al parere delle competenti commissioni parlamentari, le quali, se ritengono, possono procedere all'audizione del designato. I commissari sono eletti dal Parlamento e sono nominati con decreto del Presidente della Repubblica. Essi non sono designati dai Presidente della Camera e del Senato, come avviene per altre Autorità indipendenti, ma sono eletti, come avviene per il Garante per la protezione dei dati personali, con voto limitato, per metà dalla Camera dei deputati e per metà dal Senato della Repubblica. Resta da aggiungere che tali elezioni avvengono con una ulteriore peculiarità, poiché ciascun deputato e senatore esprime il proprio voto indicando due nominativi, uno per ciascuna delle due commissioni in cui si articola l'Autorità. La legge, inoltre, individua i requisiti personali dei componenti chiamati a far parte dell'Autorità, la durata dell'incarico e definisce i regimi di incompatibilità. Infine, nell'elencare le numerose competenze dell'Autorità, la legge istitutiva provvede direttamente ad attribuirle a ciascuno dei tre organi collegiali, salvo prevedere che il Consiglio dell'Autorità, nell'esercizio del proprio potere regolamentare esclusivo, possa ridistribuire le competenze tra gli organi collegiali. Va segnalato che in tal senso il Consiglio dell'Autorità ha già operato in sede di approvazione del primo regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento, riconducendo nell'ambito del Consiglio alcune competenze inizialmente affidate dalla legge alle commissioni, in tal modo ritenendo maggiormente garantita la più ampia rappresentatività nei processi decisionali.

Il Presidente rappresenta l'Autorità. L'articolo 3, comma 1, del Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento prevede che il Presidente convochi le riunioni degli organi collegiali, ne stabilisca l'ordine del giorno e ne diriga i lavori. Egli vigila sull'attuazione delle deliberazioni. Il successivo comma 3 prevede inoltre che il Presidente possa adottare, in casi straordinari di necessità e di urgenza, provvedimenti da sottoporre all'Organo collegiale competente per la ratifica nella prima riunione utile.

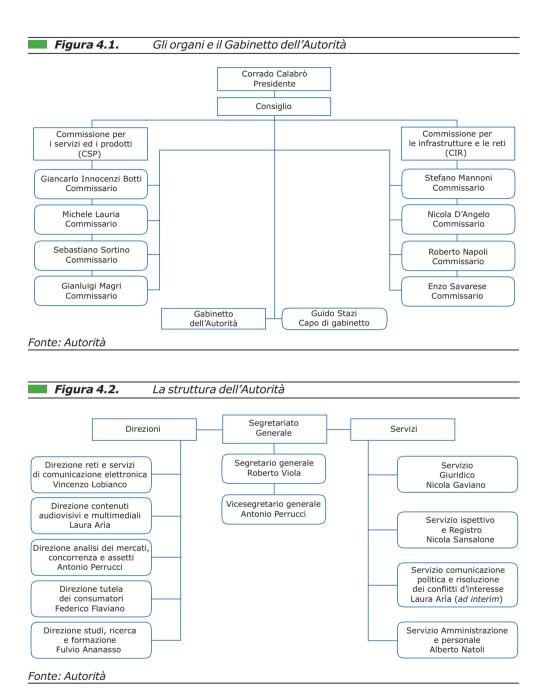
Il Presidente dell'Autorità, dott. Corrado Calabrò, è stato nominato con decreto del Presidente della Repubblica del 9 maggio 2005, adottato su proposta del Vice Presidente del Consiglio dei ministri d'intesa con il Ministro delle comunicazioni, previo parere delle competenti commissioni parlamentari. L'assemblea del Senato ha proceduto, in data 16 marzo 2005, alla elezione dei commissari Giancarlo Innocenzi e Michele Lauria, per la Commissione per i servizi e i prodotti; e i commissari Stefano Mannoni e Roberto Napoli, per la Commissione per le infrastrutture e le reti. La Camera dei deputati ha eletto, in data 16 marzo 2005 e 5 maggio 2005, i commissari Gianluigi Magri e Sebastiano Sortino, per la Commissione per i servizi e i prodotti; e i commissari Enzo Savarese e Nicola D'Angelo, per la Commissione per le infrastrutture e le reti. I D.P.R. di nomina sono stati pubblicati nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 108 dell'11 maggio 2005.

Organizzazione degli uffici e gestione del personale

La necessità di rispondere con efficacia ed immediatezza alle esigenze del mercato delle comunicazioni e dei consumatori che vi si rivolgono ha portato l'Autorità a modificare il proprio modello organizzativo sul finire del 2005. Entrato in vigore il 1º febbraio 2006, il nuovo assetto ha spostato il focus da una organizzazione per funzioni ad una per materie, favorendo l'integrazione delle attività istruttorie "ratione materiae" (comunicazioni elettroniche, contenuti audiovisivi, tutela dei consumatori, ecc.), con effetti positivi sulla riduzione dei tempi di intervento dell'Autorità.

In virtù della distinzione tra funzioni di indirizzo e controllo e funzioni di gestione, il Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità definisce, all'articolo 12, la struttura amministrativa dell'Autorità, al vertice della quale è collocato il Segretario generale, il cui ruolo costituisce lo "snodo" giuridico ed istituzionale tra l'operato delle unità organizzative e le funzioni di indirizzo e di controllo del Presidente e degli organi collegiali. Il Segretario generale risponde, infatti, agli organi dell'Autorità del complessivo funzionamento, del rendimento e dell'efficienza delle strutture, curando la programmazione, la pianificazione ed il controllo strategico, tenuto conto delle priorità e degli indirizzi stabiliti dagli Organi collegiali. Nel Segretariato generale sono incardinate le funzioni relative alle relazioni internazionali e comunitarie ed alla comunicazione. Al fine di favorire un maggior raccordo con la struttura, a beneficio delle attività del Presidente e dei Commissari, opera, in sinergia con il Segretariato generale, il Gabinetto dell'Autorità.

Le unità organizzative di primo livello dell'Autorità sono articolate in uffici di secondo livello, ripartiti tra la sede principale di Napoli e la sede secondaria operativa di Roma. Per effetto delle nuove competenze attribuite all'Autorità in materia di "Disciplina della titolarità e della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi e relativa ripartizione delle risorse" di cui al decreto legislativo 9 gennaio 2008, n. 9, pubblicato nelle *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 27 del 1º febbraio 2008, è stato previsto in via sperimentale un ufficio presso la Direzione contenuti audiovisivi e multimediali, mentre la redistribuzione delle competenze del Servizio amministrazione e personale tra tre uffici e non più due corrisponde all'esigenza di trasparenza delle procedure interne a vantaggio del personale dipendente dell'Autorità e degli interlocutori terzi, in particolare con riferimento all'attività contrattuale dell'Autorità.



In funzione di rafforzamento dell'azione amministrativa dell'Autorità e nella prospettiva di adeguare il proprio organico sia sotto il profilo numerico che qualitativo, nel corso del 2007 è stato avviato un processo di razionalizzazione della distribuzione delle risorse umane tra le unità organizzative di supporto e le direzioni istruttorie, a favore di queste ultime, con l'obiettivo di conseguire più elevati livelli di efficienza nel rapporto tra risorse impegnate e risultati ottenuti, rispetto agli obiettivi prefissati, soprattut-

to con riguardo alle attività di vigilanza, ed in particolar modo nell'ambito della tutela dei consumatori.

In attuazione della previsione della legge finanziaria per il 2007 (legge n. 296/2006), l'Autorità ha rideterminato la pianta organica con l'adozione della delibera n. 350/07/CONS, resa esecutiva con D.P.C.M. 10 luglio 2007, con un incremento dei propri organici pari al 25% della dotazione definitiva derivante dal combinato disposto del comma 67 dell'articolo 3 della legge 350/2003 e della legge n. 215/2004, per un totale di 419 unità ripartite tra le diverse qualifiche come illustrato nella tabella 4.1., rinviando a successive delibere l'articolazione tra le diverse tipologie di rapporto di lavoro (ruolo, contratto a tempo determinato, comandi) nelle singole qualifiche, tenuto conto delle previsioni contenute nell'articolo 1, commi 18 e 19, della legge n. 249/97 e delle successive stabilite all'articolo 3, comma 67 della legge n. 350/2003. La delibera n. 315/07/CONS è stata resa esecutiva con D.P.C.M. 10 luglio 2007.

Tabella 4.1.Dotazione organica complessiva del personale dell'AutoritàDirigenti43Funzionari226Operativi115Esecutivi35Totale419

Fonte: Autorità

Nella tabella 4.2 il personale in servizio è ripartito sulla base delle carriere e della tipologia del rapporto di lavoro, al 15 aprile 2008.

Tabella 4.2. Personale dell'Autorità al 15 aprile 2008

Qualifica	Ruolo	Comando/ Fuori ruolo da altre amm.ni	Contratto a tempo determinato	Totale
Dirigente	11	6	4	21
Funzionari	140	3	9	152
Operativi	83	6	7	96
Esecutivi	15	4	1	20
Totale	249	19	21	289

Fonte: Autorità

Nel corso del periodo di riferimento della presente relazione annuale l'Autorità, al fine di valorizzare le professionalità e le competenze attualmente presenti al proprio interno ha concluso specifici accordi con le organizzazioni sindacali finalizzati alla definizione di meccanismi di progressione di carriera, in analogia con quanto avviene presso l'Autorità garante delle concorrenza e del mercato, e ha contestualmente definito un'intensa proposta formativa. In particolare, in esecuzione della convenzione sottoscritta con la Scuola superiore della pubblica amministrazione, volta alla realizzazione e implementazione di strumenti permanenti di programmazione degli interventi formativi sono stati programmati percorsi formativi per il personale sempre più specialistici che hanno riquardato, anche il personale dirigente.

Nel corso del 2007 e nella prima parte del 2008, il Servizio amministrazione e personale ha ultimato le procedure concorsuali relative a dodici concorsi per la copertura di 41 posizioni con qualifica di funzionario ed otto posizioni con qualifica di operativo nel ruolo dell'Autorità.

L'incremento della pianta organica attuato ai sensi della delibera n. 350/07/CONS, in attuazione dell'articolo 1, comma 543 della legge 296 del 27 dicembre 2006, ha consentito di procedere ad un adeguamento della consistenza organica dell'Autorità attraverso lo scorrimento delle posizioni risultate idonee nelle graduatorie relative alle suddette procedure concorsuali indette per il reclutamento di funzionari e personale operativo.

Nel 2007 sono state, inoltre, definite le procedure selettive per l'assunzione con contratto a tempo determinato di due dirigenti cui affidare rispettivamente la responsabilità della Direzione del Servizio amministrazione e personale e della Direzione studi ricerca e formazione.

Ai sensi dell'articolo 51 del regolamento per il trattamento giuridico ed economico del personale che prevede la possibilità di consentire a giovani neolaureati lo svolgimento di un periodo di pratica nelle discipline attinenti le materie di interesse dell'Autorità, è stata avviata una selezione volta alla ricerca di quattro giovani diplomati con qualifica di giornalista pubblicista da formare nell'ambito delle attività proprie dell'Ufficio comunicazione e rapporti con i mezzi di informazione.

L'Autorità ha avviato le procedure per la selezione di dirigenti da assegnare ad unità organizzative di secondo livello tramite procedure di selezione interna e tramite concorso pubblico, con la pubblicazione dei bandi nella *Gazzetta Ufficiale* dell'11 aprile 2008.

Sono state pertanto bandite le procedure concorsuali pubbliche relative alla copertura di un totale di 8 posizioni per la qualifica di dirigente di seconda fascia - livello iniziale, con competenze economiche, giuridiche, tecniche e giuridico/sociologiche.

Contestualmente sono state avviate le procedura, con la pubblicazione del relativo bando nella *Gazzetta Ufficiale* del 15 aprile 2008, per la selezione di 30 giovani laureati che possano essere inseriti, con contratto triennale, nel tessuto ormai decennale dell'Autorità al fine di garantire, con il rinnovo generazionale, la continuità dell'azione amministrativa su parametri di necessaria eccellenza. In tal modo l'Autorità intende, in analogia con altre istituzioni nazionali e comunitarie (la Commissione europea, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato), favorire il reclutamento di nuove risorse attraverso un percorso di graduale di inserimento nella struttura e realizzare, allo stesso tempo, un forte contenimento del costo del lavoro in virtù dell'applicazione di meccanismi retributivi meno favorevoli rispetto a quelli riconosciuti al personale "professionale" selezionato anche sulla base dell'esperienza curriculare.

In conclusione, il piano di assunzioni, che su base triennale 2007 – 2009 dovrebbe condurre al completamento della nuova dotazione organica, nell'immediato comporterà la messa in ruolo di 16 dirigenti da assegnare ad unità organizzative di secondo livello e di 30 giovani laureati, mentre presso la sede di Napoli e la sede secondaria operativa di Roma si darà corso alle assunzioni delle categorie protette, ai sensi della legge 12 marzo 1999, n. 68, rispettivamente di sei e quattro unità, sulla base delle convenzioni stipulate con gli Uffici del lavoro di Napoli e di Roma.

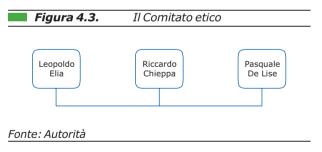
4.2. Il Comitato Etico

Il Codice etico, previsto dall'articolo 1, comma 9, della legge n. 249/97 e adottato dall'Autorità con delibera n. 18/98, del 16 giugno 1998, successivamente modificata e integrata dalla delibera n. 17/04/CONS, detta importanti regole comportamentali e deontologiche che impongono ai dipendenti, consulenti e componenti dell'Autorità un comportamento ispirato a lealtà, imparzialità, diligenza e correttezza personale. Importanti regole del Codice etico riguardano il comportamento durante il lavoro, il comportamento nella vita sociale, i doveri di imparzialità, il divieto di accettare doni o altre utilità, il conflitto di interessi e il relativo obbligo di astensione, l'obbligo della riservatezza, i rapporti con i mezzi di informazione e il divieto di attività collaterali. Tra gli altri specifici obblighi quello della riservatezza assume, atteso che l'attività dell'Autorità investe questioni di particolare delicatezza e notevoli interessi economici nel settore delle comunicazioni, una particolare rilevanza ed impegna ad un rigoroso rispetto del segreto d'ufficio.

Il Comitato etico è stato istituito con il compito precipuo di garantire la corretta applicazione dei principi e delle norme dettate dal Codice e costituisce quindi un organo consultivo di altissimo livello al quale l'Autorità può rivolgersi al fine di avere valutazioni di notevole spessore in materia di etica istituzionale. Il Comitato formula, inoltre, criteri e indirizzi per la soluzione di casi concreti oggetto di decisione da parte del Consiglio. Per i componenti dell'Autorità, le funzioni del Comitato etico sono esercitate dal Consiglio che può richiedere, su proposta del Presidente, il parere del Comitato.

Il Comitato, i cui tre membri vengono scelti dal Consiglio, su proposta del Presidente, tra persone di notoria indipendenza e autorevolezza morale e restano in carica sino alla scadenza ordinaria del mandato dei componenti dell'Autorità da cui sono stati nominati, è attualmente composto dal Presidente emerito della Corte Costituzionale, Leopoldo Elia, in qualità di Presidente, dal Presidente emerito della Corte Costituzionale Riccardo Chieppa e dal Presidente del Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio, Pasquale De Lise.

Il Comitato può procedere nella attività di valutazione della corretta applicazione delle norme del Codice, su sollecitazione del Consiglio o d'ufficio, informandone il Consiglio stesso al quale può anche chiedere chiarimenti e informazioni su fatti o comportamenti dei quali sia venuto a conoscenza.



Qualora il Comitato ravvisi,

nei fatti sottoposti al suo esame, gli estremi perché si inizi il procedimento disciplinare a carico di dipendenti ne riferisce al Consiglio per le determinazioni di competenza e in maniera analoga procede qualora ritenga che non sussistano gli estremi di rilevanza disciplinare.

Il Comitato può partecipare alla integrazione e alla modificazione delle regole di comportamento dettate dal Codice etico in quanto ha il potere di proporre al Consiglio le modifiche ed integrazioni di dette disposizioni che ritenga necessarie per un migliore e più corretto funzionamento dell'Autorità. Il fatto che la delibera n. 18/98, istitutiva del Codice etico, sia immediatamente successiva a quella di approvazione dei regolamenti concernenti l'organizzazione e il funzionamento, la gestione amministrativa, la contabilità e il trattamento giuridico ed economico del personale, dimostra la rilevanza che l'Autorità ha, sin dall'inizio della sua attività, attribuito al rispetto dei principi e delle regole comportamentali e deontologiche da parte dei suoi dipendenti e componenti.

L'Autorità annette, inoltre, particolare importanza al fatto che il Codice etico sia sempre corrispondente alla realtà che intende disciplinare e infatti, a quasi un decennio dalla sua adozione, ha ritenuto opportuno intraprendere una attenta verifica della efficacia e della piena rispondenza all'attualità delle norme in esso contenute.

A tal fine l'Autorità ha chiesto al Comitato di proporre le integrazioni delle disposizioni del Codice etico che ritenga eventualmente necessarie.

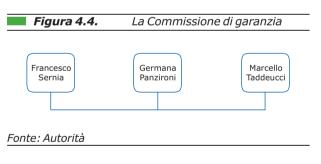
4.3. Il sistema dei controlli

I regolamenti in materia di organizzazione e di gestione amministrativa e contabile approvati con proprie deliberazioni del Consiglio dell'Autorità, ai sensi dell'articolo 1, comma 6, lettera c), n. 9 della legge n. 249/97, attribuiscono alla Commissione di garanzia e al Servizio del controllo interno le attività di controllo sulla regolarità amministrativa e contabile e quelle di controllo strategico.

La Commissione di garanzia ha il compito, in base all'articolo 42 del regolamento concernente la gestione amministrativa e contabile, come modificato con la delibera n. 374/05/CONS, di vigilare sull'osservanza della legge e dei regolamenti da parte delle strutture amministrative, di effettuare il riscontro degli atti della gestione finanziaria, con particolare riguardo alle procedure contrattuali, effettuare, con periodicità almeno trimestrale, verifiche di cassa e di bilancio ed esprimere, in una apposita relazione, il parere sullo schema di bilancio di previsione e il rendiconto annuale, con particolare riguardo alla concordanza di quanto esposto con le scritture contabili e alla regolarità delle procedure di gestione, ai fini della loro approvazione da parte dell'Autorità; può, inoltre, formulare pareri su richiesta dell'Autorità.

La Commissione è composta da tre membri scelti dal Consiglio, su proposta del Presidente, tra magistrati, anche a riposo, del Consiglio di Stato e della Corte dei Conti, della giurisdizione superiore ordinaria e tra dirigenti generali dello Stato, anche a riposo, e categorie equiparate, che durano in carica fino alla scadenza ordinaria del mandato dei componenti dell'Autorità. La Commissione riferisce direttamente al Presidente e al Consiglio e opera, in collaborazione, ma in posizione di piena autonomia e nel rispetto delle reciproche competenze, rispetto agli uffici dell'Autorità. La Commissione è composta dal pres. Francesco Sernia, in qualità di Presidente, dal pres. Marcello Taddeucci e dalla cons. Germana Panzironi, in qualità di componenti.

L'istituzione del Servizio del controllo interno è prevista dall'articolo 25 del testo coordinato del regolamento di organizzazione e di funzionamento, il mandato dei suoi Componenti, che vengono scelti dal Consiglio su proposta del Presidente, è biennale ed è rinnovabile. Il Servizio è composto da almeno tre membri, esterni all'Autorità,



esperti in tecniche di valutazione e nel controllo di gestione.

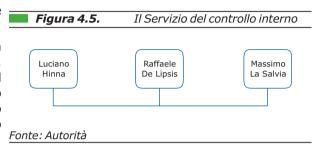
I compiti del Servizio consistono nella verifica, mediante valutazione comparativa dei costi e dei rendimenti, della realizzazione degli obiettivi stabiliti dalla normativa vigente e dalle direttive dell'Autorità e nella verifica della corretta ed economica gestione delle risorse pubbliche. Il Servizio verifica, altresì, l'imparzialità e il buon andamento dell'azione amministrativa delle Direzioni, dei Servizi e degli Uffici dell'Autorità. Il Servizio effettua un monitoraggio della gestione finalizzato ad identificare eventuali criticità e contribuisce a individuare e proporre le possibili misure correttive delle stesse.

Il Servizio, nello svolgimento dei propri compiti, può richiedere le informazioni e i dati necessari e accedere agli atti e ai documenti relativi alle attività dell'Autorità. Opera in posizione di autonomia e riferisce direttamente al Presidente e al Consiglio sui risultati della attività svolta.

Il Servizio redige, altresì, su richiesta dell'Autorità e comunque con cadenza seme-

strale, un rapporto sulle risultanze delle indagini, analisi e valutazioni effettuate.

Il prof. Luciano Hinna, in qualità di Presidente, il cons. Raffaele Maria De Lipsis e il cons. Massimo La Salvia sono stati i componenti del Servizio del controllo interno nel periodo di riferimento.

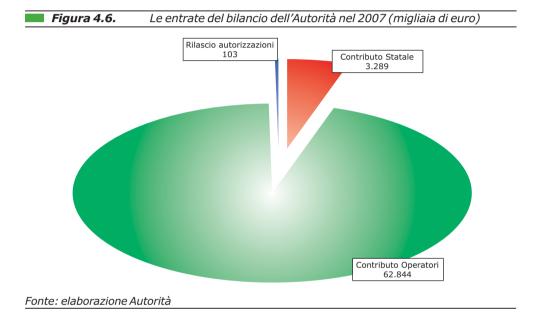


4.4. Il bilancio

Il bilancio dell'Autorità segue il criterio della competenza, ragion per cui verranno esaminati i dati contabili relativi all'esercizio finanziario 2007. Ciò nondimeno, si passerà ad evidenziare i fatti contabili rilevanti e che presentino connessioni anche con l'esercizio 2008.

Esaminando i dati evidenziati dal consuntivo 2007, si rilevano entrate, al netto delle partite di giro, per euro 67.048.203,84 a fronte di uscite per euro 61.656.113,79.

Nella figura 4.6 sono riportate le entrate a favore dell'Autorità.



Dall'analisi dettagliata delle entrate, si evidenzia sinteticamente:

1. il contributo statale di euro 3.288.554,66 come stabilito dalla legge n.266 del 23 dicembre 2006 (legge finanziaria per il 2007), al netto della riduzione disposta dal Ministero dell'economia.

La legge n. 244 del 24 dicembre 2007 (legge finanziaria per il 2008), fissa un contributo, ai sensi dell'articolo 6, lettera *b*) della legge 249/97 istitutiva dell'Autorità, di euro 3.789.000,00 per l'esercizio in corso.

2. la somma di euro 62.844.056,85 riferita alle risorse proprie dell'Autorità che rappresenta il contributo 2007 a carico degli operatori del mercato di competenza.

Con delibera n. 696/06/CONS del 29 novembre 2006 tale contributo è stato confermato, per il 2007, nella misura dell'1,50 per mille dei ricavi risultanti dall'ultimo bilancio approvato.

Per il 2008, ai sensi della delibera n.604/07/CONS del 21 novembre 2007, la misura del contributo è diminuito all'1,45 per mille;

3. la somma di euro 103.000,00 a titolo di corrispettivo per il rilascio delle autorizzazioni delle trasmissioni satellitari.

Relativamente alle *uscite*, gli stanziamenti definitivi (al netto delle partite di giro) per l'esercizio finanziario 2007, sono pari a euro 69.446.150,00, mentre le somme impegnate sono pari all'89 %, cioè euro 61.656.113,79.

I pagamenti sono pari al 73% circa delle somme impegnate, euro 45.043.402,84; i residui passivi ammontano ad euro 16.641.481,70 e sono da riferire, prevalentemente, agli oneri accantonati per l'acquisto sedi (circa il 48%, pari ad euro 8.112.000,00) e per la previdenza complementare (circa il 7%, pari ad euro 1.278.000,00).

Significativa, per comprendere le dinamiche del bilancio, appare l'analisi dei sequenti compiti istituzionali e linee di attività:

- spese di personale: i dipendenti sono complessivamente 274 (alla data del 31 dicembre 2007) ed hanno comportato un onere di euro 27.765.680,36 pari al 45% delle spese totali, al netto delle partite di giro;
- spese per la verifica della contabilità regolatoria e servizio universale (capito-lo 1.09.1184): rientrano tra gli obblighi relativi a compiti istituzionali ed hanno procurato oneri per un totale di euro 1.529.229,00 per l'esercizio 2007;
- spese per il monitoraggio delle trasmissioni televisive (capitolo 1.10.1210): hanno comportato oneri per euro 769.882,89.

Anche per il successivo bilancio 2008, si conferma l'attenzione dell'Autorità, analizzata dal punto di vista delle risorse finanziarie stanziate, nei confronti delle attività su descritte.

Assumono, inoltre, particolare rilevanza per l'esercizio finanziario 2008, le attività delegate ai Comitati regionali per le comunicazioni (capitolo 1.02.1010), ai sensi della legge 249 del 31 luglio 1997, che prevedono uno stanziamento di euro 2.100.000.

Relativamente al sistema dei controlli, la correttezza della gestione amministrativa e contabile è assicurata, ad integrazione dei controlli interni, dalla Commissione di garanzia, prevista dall'articolo 42 del regolamento per la gestione amministrativa e la contabilità.

In particolare, ai sensi dell'articolo 4 del succitato regolamento, così come modificato ed integrato dalla delibera n. 374/05/CONS del 16 settembre 2005, e con riferimento al bilancio, la Commissione di garanzia assolve, tra i propri compiti, il riscontro degli atti della gestione finanziaria; svolge, almeno una volta ogni tre mesi, verifiche di cassa e di bilancio; esprime parere sul progetto di bilancio preventivo nonché sul rendiconto annuale, con particolare riguardo alla concordanza dei risultati esposti nel rendiconto stesso con le scritture contabili e alla regolarità delle procedure di gestione (cfr. paragrafo 4.3.).

4.5. Servizi di documentazione

Il crescente e significativo cambiamento degli scenari tecnologici, di mercato e regolamentari in materia di comunicazione elettronica hanno incrementato l'interesse delle attività del centro di documentazione dell'Autorità che attraverso la raccolta, lo studio e la divulgazione di materiali informativi e documenti pone un'attenzione costante alle esigenze di quanti in questo settore operano e studiano.

Il centro di documentazione, al fine di rispondere in modo esaustivo e rapido alle richieste di documentazione che pervengono e favorire una continua circolazione di dati e notizie, nell'anno 2007, ha intensificato notevolmente la cooperazione e la condivisione di risorse sia con servizi studi e documentazione delle istituzioni parlamentari e governative sia con differenti istituti e centri di ricerca pubblici e privati. Nel privilegiare ed adeguare l'organizzazione del lavoro di documentazione in materia di comunicazioni elettroniche attraverso un costante confronto con esperienze diverse e volte ad assicurare e valorizzare la eccellenza della valenza informativa e scientifica il Centro si avvale della essenziale collaborazione sia di risorse specialistiche interne sia delle istituzioni nazionali, comunitarie e internazionali.

Tali confronti sono necessari anche per l'aggiornamento della biblioteca scientifica gestita dalla Direzione studi, ricerca e formazione.

Per l'aggiornamento e i suggerimenti delle proprie raccolte documentarie, la Direzione studi, oltre a contare sulle professionalità e l'impegno di risorse dedicate, sollecita innanzitutto la partecipazione attiva e il coinvolgimento del personale interno. Anche l'apporto degli utenti e dei fruitori del servizio risulta prezioso in quanto contribuiscono a conferire alla raccolta dei volumi e dei periodici un carattere altamente specializzato.

Tali sinergie attivano un processo continuo e qualificato di arricchimento che si traduce in un costante incremento della biblioteca che, ad oggi, dispone di circa 3.700 monografie e 150 periodici correnti - italiani ed esteri.

Il materiale bibliografico e documentale acquisito, viene raccolto, ordinato e catalogato e reso disponibile prioritariamente al personale interno oltre che ad una utenza particolarmente qualificata e dunque ad pubblico esperto di studiosi e ricercatori.

Il materiale catalogato raccoglie monografie e periodici economici, giuridici, sociologici e dell'ingegneria dell'informazione riguardanti il mondo delle comunicazioni, nonché le opere di consultazione generale come le enciclopedie, dizionari e repertori ed è corredata di tutte le *Gazzette Ufficiali* della Repubblica italiana e della Comunità europea dal 1986 ad oggi.

Per agevolare il reperimento di tutte le fonti bibliografiche e documentali presenti in archivio, accanto alla pubblicazioni cartacee tradizionali, il Centro di documentazione è dotato di un archivio informatizzato creato con l'utilizzo di principali software di catalogazione secondo norme di schedatura, soggettari e classificazioni, nell'ambito della rete Intranet dell'Autorità.

Attraverso tale sistema virtuale, è consentito quindi effettuare ricerche per autore, soggetto, titolo, parola chiave o di *full-text* ed ottenere un'informazione completa dell'argomento ricercato. E' possibile, inoltre, visualizzare la scheda bibliografica con l'indicazione del codice di collocazione necessario per rintracciare l'opera.

Inoltre, al fine di offrire agli utenti percorsi di lettura e di ricerca di natura legislativa o economica, agli utenti interni è consentito l'accesso a banche dati *on line* (attualmente circa 30) attraverso le proprie *work station* collegate alla *rete Intranet*.

Il patrimonio documentale gestito e curato dalla Direzione Studi, costituisce anche un prezioso strumento di lavoro per la collaborazione operativa finalizzata alla realizzazione degli eventi e delle iniziative - giornate di studio, convegni, seminari e workshop (cfr. paragrafo 3.5) - che caratterizzano l'attività di ricerca, studio e confronto svolte dall'Autorita' su tematiche attuali e strategiche.

L'attività dell'Autorità

(1° giugno 2007 - 31 maggio 2008)

	Consiglio	CIR	CSP	Totale
Analisi dei mercati e relativa implementazione	32			32
Reti e servizi di comunicazioni elettroniche				
Piani e procedure di assegnazione delle frequenze	7			7
Interconnessione e accesso (inclusa contabilità regolatoria)	2	7		9
Servizio universale e diritti degli utenti:				
Finanziamento del servizio universale	1	1		2
Piano di numerazione e sue integrazioni				
(numerazioni per servizi di pubblica utilità, VoIP, ecc.)		3		3
Misure a garanzia dei diritti degli utenti finali (portabilità				
del numero, servizio informazione abbonati,				
trasparenza; condizioni economiche agevolate;				
qualità S.U.)	8	1	2	11
Controversie tra organismi di telelecomunicazioni e utenti		123		123
Controversie tra organismi di telelecomunicazioni				
e piattaforma satellitare	1	10		11
Fisso-mobile	1			1
Contourti andiquistri a multimadiali				
Contenuti audiovisivi e multimediali	1			- 1
Obblighi del servizio pubblico radiotelevisivo	<u>1</u> 3			<u>1</u> 3
Radiotelevisione in tecnologia digitale Parità di accesso ai mezzi di comunicazione	3		12	12
Informazione radiotelevisiva			3	3
Regolamenti in materia di Pubblicità, Televendite,				
Codice Media e Sport			3	3
Regolamenti in materia di Diritti audiovisivi sportivi	1			1
Regulariteriti ili iliaceria di Diricci addiovisivi sportivi				
Attività sanzionatoria				
Tutela dei minori			55	55
Parità di accesso ai mezzi di comunicazione			49	49
Conflitto di interessi	2			2
Diritto di rettifica			9	9
Enti pubblici	10			10
Pubblicità			78	78
Tutela dei consumatori e degli utenti	74			74
Obblighi di programmazione	42		44	86
Obblighi degli operatori di comunicazioni elettroniche	_			_
(servizi CPS, ADSL, shared access)	5			5
Attività di verifica e autorizzazioni				
Trasferimenti di proprietà di aziende radiotelevisive	30			30
Cessione di imprese radiotelevisive	25			25
Diffusione di programmi via satellite	67			67
Rilascio di deroga parziale o totale in materia di "quote europee"	7			7
Operazioni di concentrazione SIC	65			65
Pavari alli Autorità apronto della conservanza e del movesto				
Pareri all'Autorità garante della concorrenza e del mercato Operazioni di concentrazione, intese e abusi	71			71
	/ 1			/ 1
	202			203
Pubblicità ingannevole e comparativa e pratiche				203
commerciali scorrette	203			
	4			4
commerciali scorrette				

Acronimi

36	. Terza Generazione
	. Accertamenti Diffusione Stampa
	. Asymmetric Digital Subscriber Line
	. Associazione Italiana Internet Provider
	. Autorità Nazionali di Regolamentazione
	. Average Revenue Per User
	. Asynchronous Transfer Mode
	. Apparecchi Telefonici Pubblici
	. Block edge mask
	. Bottom-Up Long Run Average Incremental Cost
	. Bottom-Up Long Run Incremental Cost
	. Broadband Wireless Access
	. Computer Assisted Telephone Interviewing
CBISS	. Communications Broadcast Issues Subgroup
CDMC	. Comitato sui nuovi servizi media e di comunicazione
CEPT	. Conference of European Post and Telecommunications
CIR	. Commissione per le Infrastrutture e le Reti
CNCU	. Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti
CNU	. Consiglio Nazionale degli Utenti
CO.COM	. Comitato per le comunicazioni
Co.re.com	. Comitati regionali per le comunicazioni
CPS	. Carrier Pre Selection
CS	. Carrier Selection
CSP	. Commissione per i Servizi e i Prodotti
	. Digital Audio Broadcasting
	. Ditigal Audio Broadcasting Internet Protocol
	. Digital Enhanced Cordless Telecommunication
	. Direzione Generale Commissione Europea Società
	dell'Informazione e dei Media
DGTVi	. Associazione per la televisione digitale terrestre
DMB-T	. Digital Multimedia Broadcasting Terrestrial
DRM	. Digital Right Management
DSL	. Digital Subscriber Line
DSLAM	. Digital Subscriber Line Access Multiplexer
	. Digital Terrestrial Television
	. Digital Video Broadcasting – Handheld
	. Digital Video Broadcasting – Terrestrial
	. Digital Video Disc
	. Earnings Before Interest and Taxes
	. European Electronic Communications Market Authority
	European Neighbourhood Policy (ENP) Action Plan
	European Platform of Regulatory Authorities
	. European Regulators Group
	. Fixed Termination Rates Project Team
2.00111011111	Triboa forminación naces ri ojece ream

ESP	. Enhanced Service Provider
ETSI	. European Telecommunications Standards Institute
FCC	. Federal Communication Commission
FIEG	. Federazione Italiana Editori Giornali
FRIACO	. Flat Rate Internet Access Call Origination
	. Fiber To The Building
	. Fiber To The Cabinet
	. Fiber To The Home
	. Fiber To The X (con X= Building, Home, etc.)
	. Gruppo di Lavoro Congiunto
	. Global System for Mobile communications
	. High Definition Television
HHI	. Indice di Herfindahl-Hirschman
HSDPA	. High Speed Download Packet Access
IAD	. Integrated Access Device
ICT	. Information and Communications Technologies
IES	. Informativa Economica di Sistema
IP	. Internet Protocol
IPC	. Indice dei Prezzi al Consumo
	. Internet Protocol Television
	. Indice di Qualità e Soddisfazione
	. Independent Regulators Group
	. Integrated Services Digital Network
	. Internet Service Provider
	. Information Technology
	. Intelligent Transport Systems
	. Unione Internazionale delle Telecomunicazioni
	. Imposta sul Valore Aggiunto
	. Interactive Voice Response
	. Local Area Network
	. Lingua Italiana dei Segni
	. Local Loop Unbundling
M&A	. Merger & Acquisition
	. Mobile Communications onboard Aircrafts
MDF	. Main Distribution Frame
MMS	. Multimedia Message Services
	. Mobile Network Operator
MNP	. Mobile Number Portability
MP3	. MPEG layer format 3
	. Motion Pictures Experts Group
	. Mobile Satellite System
	. Mobile Virtual Network Operator
	. Next Generation Network
	. Next Generation Access Network
	. Other Alternative Operators
	. Other Licensed Operator
ONP	. Open Network Provision

PEGI Pan European Game Information PIN Personal Identification Number PNN Piano Nazionale di Numerazione PPV Pay Per View PSTN Public Switched Telephone Network ROC Registro degli Operatori di Comunicazione RRC06 Conferenza Regionale delle Comunicazioni 2006 SA Shared Access SARFT State Administration of Radio Film and Television SGU Stadio di Gruppo Urbano SIAE Società Italiana Autori ed Editori SIC Sistema Integrato Comunicazioni SIM Subscriber Identity Module SLA Service Level Agreement SMS Short Message Service SRD Short Range Device TACS Total Access Communication System TAR Tribunale Amministrativo Regionale T-DAB Terrestrial Digital Audio Broadcasting TVSF Direttiva TV Senza Frontiere UGC User Generated Content UIC Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti UIT Unione Internazionale delle Telecomunicazioni UIT-R Unione Internazionale Radio Comunicazioni UHF Ultra High Frequency ULL Unbundling del Local Loop UMA Unlicensed Mobile Access UMTS Universal Mobile Telecommunications System URAR Ufficio Registro Abbonamenti Radio e TV USOF Universal Service Obligation Fund UWBUltra Wide Band VAS Value Added Services VDSL Very high data rate Digital Subscriber Line VHF Very High Frequency VoD Video on Demand VoIP Voice over Internet Protocol VQPT Verifica Qualitativa Programmi Trasmessi VULL Virtual Unbundling del Local Loop WACC Weighted Average Cost of Capital WAPECS Wireless Access Policy for Electronic Communication Systems Wi-Fi Wireless Fidelity WiMax Worldwide Interoperability for Microwave Access WLR Wholesale Line Rental WRC07 World Radiocommunication Conference 2007 xDSL x-Digital Subscriber Line



Autorità per le garanzie nelle comunicazioni

Centro direzionale, Isola B5 - 80143 Napoli Ufficio di Roma: Via delle Muratte, 25 - 00187 Roma sito internet: www.agcom.it